

**INÊS DA GAMA
FERREIRA DA SILVA**

EMOÇÕES VISUAIS

Investigação semântica a partir da
descontextualização da realidade

**INÊS DA GAMA
FERREIRA DA SILVA**

EMOÇÕES VISUAIS

Investigação semântica a partir da
descontextualização da realidade

Projecto apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em Design Visual, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Armando Vilas-Boas, Professor Auxiliar do IADE-U.

Dedico este trabalho a todos aqueles que são curiosos por essência e que possuem o desejo de querer sempre saber e conhecer mais e mais.

A todos aqueles a quem são tocados os sentidos e a alma.

Júri

Presidente

Doutor Eduardo Alberto Vieira de Meireles Côrte-Real,
Professor Associado e Presidente do Concelho Científico do *Instituto de Arte,
Design e Empresa-Universitário*

Arguente

Doutora Sofia Leal Rodrigues,
Professora Auxiliar da *Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa*

Arguente

Doutora Paula Cristina Monteiro Amaro,
Directora Editorial e Comercial da editora e distribuidora *Dinalivro*

Coordenador

Doutor Armando Jorge Gomes Vilas-Boas,
Professor Auxiliar do *Instituto de Arte, Design e Empresa-Universitário*

Agradecimentos

Começo por agradecer ao Professor Doutor Armando Vilas-Boas, pelo apoio e motivação constantes no decorrer de todo o segundo ano do Mestrado em Design e Cultura Visual.

Aos meus pais, pelo incentivo, apoio e investimento, não só na minha formação pessoal como académica e profissional.

Ao meu irmão Martim, pela sua dose de humor e pela colaboração na execução de algumas abordagens deste projecto final de Mestrado.

Ao Filipe, pela colaboração na execução de algumas abordagens deste projecto final de Mestrado.

À Rafaela, pela colaboração na execução de uma abordagem deste projecto final de Mestrado.

E a toda a forma de Arte e Natureza, pela inspiração.

Palavras-chave

Emoções Visuais; Cultura Visual; Comunicação Visual; Fotografia.

Resumo

Este projecto pretende ser o resultado de muitas e diversas abordagens exploratórias, onde a criação de peças visuais tem como finalidade transmitir e provocar emoções, enriquecendo a cultura visual do observador.

Intitulando-se de *Emoções Visuais, – Investigação semântica a partir da descontextualização da realidade*, o projecto divide-se em seis abordagens distintas mas que se complementam, estabelecendo relações indissociáveis entre si e com o próprio tema, *Emoções Visuais*. As seis abordagens distintas são o Ser Humano, a Natureza, a Luz, a Cor, o Objecto e o Abstracto.

As diversas peças visuais começam a ganhar forma através da exploração de composições e elementos visuais sensoriais, estimulantes, espontâneos, intuitivos e emocionais, através das diversas técnicas e suportes utilizados.

Desta forma, o projecto é apresentado sob a forma de um livro, *picture book*, onde cada folha é singular, diferente, e onde cada uma apresenta uma textura, uma técnica ou um material distinto, de forma a não só servir de suporte de cada peça visual como também a apresentar todas as abordagens realizadas ao longo do projecto.

Em suma, quem folhear e observar cada imagem e cada página do *picture book* estará apto a receber e a ser despertado por diversas sensações, emoções e diferentes estímulos visuais.

Ainda que um projecto deste teor seja muito subjectivo avalia-se o resultado, a produção visual levada a cabo parece ir de encontro aos pressupostos estabelecidos.

Keywords

Visual Emotions; Visual Culture; Visual Communication; Photography

Abstract

This project aims to be the result of many different exploratory approaches, where the creation of visual pieces are intended to convey and elicit emotions, enriching the visual culture of the observer.

Calling themselves the *Visual Emotions*, - *Semantic research from the decontextualization of reality*, the project is divided into six distinct but complementary approaches, establishing inseparable relationships between themselves and with the theme itself, Visual Emotions. The six approaches are different the Human Being, the Nature, the Light, the Color, the Subject and the Abstract.

The different visual pieces begin to take shape through exploitation compositions and visual sensory, stimulating, spontaneous, intuitive and emotional elements, through various techniques and used supports.

This way, the project is presented in the form of a book, *picture book*, where each sheet is unique, different, and has a texture and a distinct material, so not only provide support for each visual piece but also submit all approaches performed throughout the project.

Concluding, those who flip through and look at each picture and each page of the *picture book* will be able to receive and be awakened by various feelings, emotions and different visual stimulus.

Yet the result that a project of this nature is very subjective evaluates the visual production, carried out seems to go against the established assumptions.

ÍNDICE

Capítulo 1: Introdução.....	25
1.1 Introdução	27
1.2 Problemática.....	29
1.3 Objectivos	30
1.4 Metodologia projectual.....	31
Capítulo 2: Cultura visual	33
2.1 Cultura.....	35
2.2 Cultura visual.....	37
2.3 Comunicação visual	40
2.4 Mensagem visual.....	42
2.5 Imagem e comunicação.....	44
2.6 Tipos de imagens e suas funções	47
2.7 Contexto das imagens.....	49
2.8 Poder e influência das imagens	50
2.9 Produção de significado.....	52
2.10 Literacia visual.....	54
2.11 A imagem e a semiótica	56
2.12 A imagem como signo.....	58
2.13 Diferentes tipos de signos.....	60
2.14 Análise da imagem e as suas funções.....	62
Capítulo 3: Fotografia	65
3.1 Breve história da fotografia	67
3.2 Contextualização da fotografia.....	70
3.3 A imagem tradicional <i>versus</i> a imagem técnica.....	72
3.4 Três elementos essenciais da fotografia: luz, suporte e formato.....	75
3.5 Fotografia: uma questão de cor.....	77
3.6 A fotografia: plural e singular.....	80
3.7 Análise de uma fotografia	83
3.8 O poder da fotografia.....	85
3.9 O olhar e a sua importância.....	87

3.10 O ponto de vista.....	89
3.11 Composição.....	92

Capítulo 4: O ser: processamento de estímulos.....95

4.1 O corpo.....	97
4.2 O cérebro	101
4.3 Cinco sentidos.....	104
4.4 Percepção	107
4.5 Percepção visual <i>versus</i> imagem mental.....	109
4.6 Memória e atenção	111
4.7 Classes e tipos de memória	113
4.8 Contextualização teórica das emoções	114
4.8.1 Um aparte histórico sobre as emoções.....	115
4.8.2 O que são as emoções?.....	117
4.8.3 A função biológica das emoções.....	119
4.8.4 O induzir das emoções	121
4.8.5 Emoções visuais.....	122
4.9 Emoções <i>versus</i> sentimento	125
4.9.1 Sentir os sentimentos	126
4.9.2 Para que servem os sentimentos?.....	127
4.9.3 A ligação obrigatória dos sentimentos ao corpo.....	128
4.9.4 O sentir e o sublime	129
4.10 Origem das cores.....	132
4.11 Cores e estados emocionais.....	133

Capítulo 5: Projecto.....137

5.1 Descrição do projecto: <i>picture book</i>	139
5.2 O ser humano	141
5.2.1 Memória descritiva.....	163
5.3 A Natureza.....	165
5.3.1 Memória descritiva	177
5.4 A luz	179
5.4.1 Memória descritiva	190

5.5 A cor.....	191
5.5.1 Memória descritiva.....	203
5.6 O objecto.....	205
5.6.1 Memória descritiva.....	216
5.7 O abstracto.....	219
5.7.1 Memória descritiva.....	231
Capítulo 6: Peça final: <i>picture book</i>.....	233
6.1 Memória descritiva.....	264
Capítulo 7: Conclusões.....	265
Capítulo 8: Bibliografia.....	269

Índice de Figuras

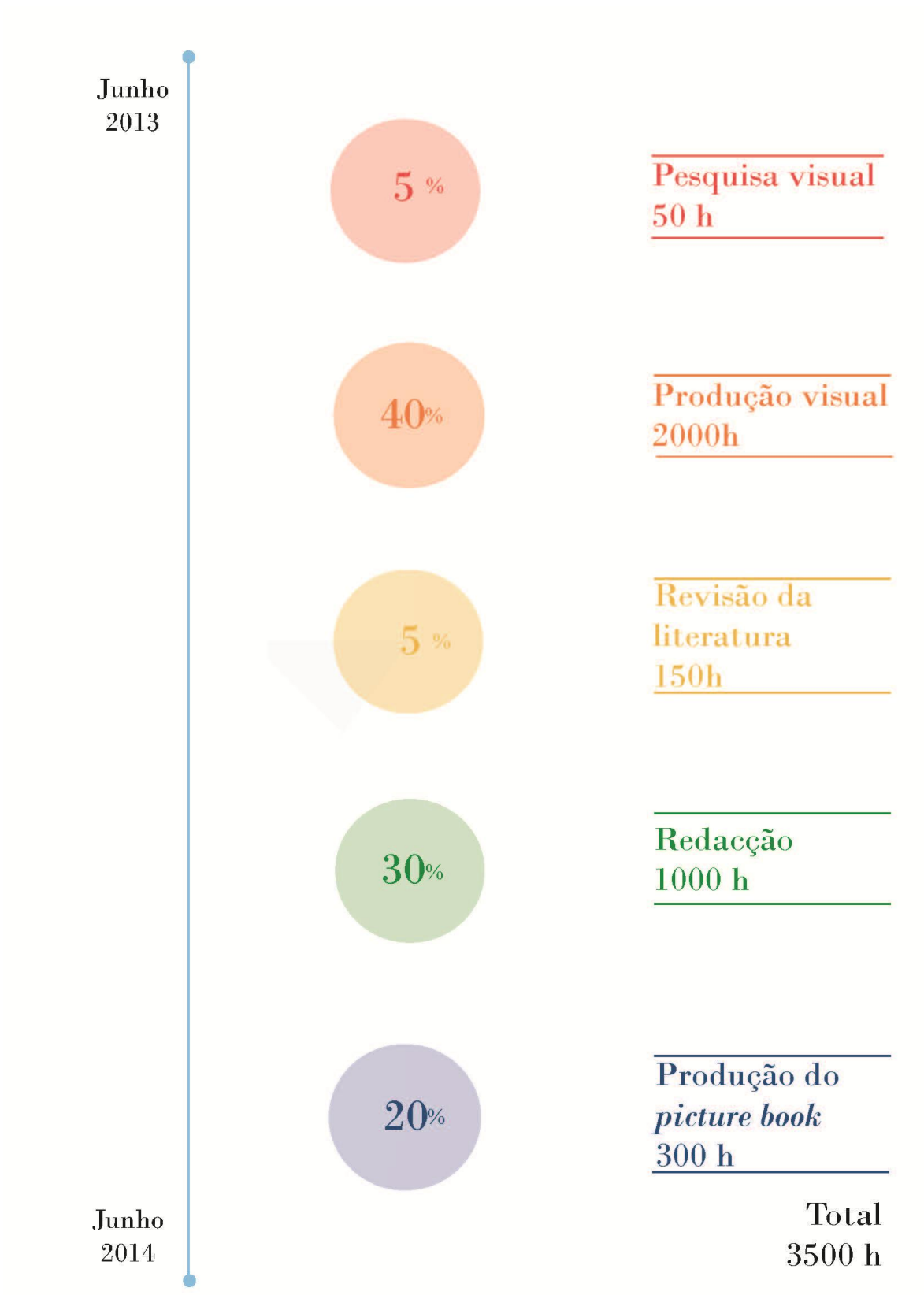
Fig. 1 - Diagrama. <i>Áreas que contribuem para os estudos de cultura visual</i> , 2009.....	39
Fig. 2 - Esquema representativo. <i>O campo da cultura visual</i> , 2009.....	39
Fig. 3 - Fotografia de Alfred Stieglitz, <i>Equivalentes</i> , 1931.....	41
Fig. 4 - Desenho de Claude Monet, <i>La Grenouillère</i> , 1869.....	41
Fig. 5 - Ilustração representativa da forma como ocorre a comunicação visual, 1968.....	43
Fig. 6 - Esquema representativo da decomposição da mensagem visual, 1968.....	43
Fig. 7 - Ilustração da autora.....	46
Fig. 8 - Ilustração da autora, sequência de imagens, gif animado.....	46
Fig. 9 - Esquema representativo da base da comunicação, 2007.....	46
Fig. 10 - Desenho de Leonardo Da Vinci, <i>Muscles of the forearm</i> , 1901.....	48
Fig. 11 - Fotografia da autora, 2013.....	48
Fig. 12 -Fotografia de Robert Doisneau, <i>Kiss by the Hôtel de Ville</i> , 1950.....	48
Fig. 13 - Esquema representativo da relação que o signo possui segundo Charles Peirce, 2007.....	57
Fig. 14 - Pintura de René Magritte, <i>Ceci n'est pas une pipe</i> , 1928-1929.....	61
Fig. 15 - Fotografia da autora, 2014.....	61
Fig. 16 - Pictograma Convencional desenhado pela autora.....	61
Fig. 17 - Aguarela de Joseph Turner, 218x319 mm, <i>Vista da bacia de São Marcos</i> , 1775 - 1851.....	74
Fig. 18 -Fotografia da autora, 2014.....	74
Fig. 19 - Fotografia de uma floresta a preto e branco, de Robert Rodriguez Jr. 2012.....	79
Fig. 20 - Fotografia de uma floresta a cores, de Robert Rodriguez Jr. 2012.....	79
Fig. 21 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010. <i>Skin</i>	91
Fig. 22 - Composição numa fotografia de Peter Harron.....	94
Fig. 23 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010. <i>Crouch</i>	100
Fig. 24 - Ilustração do Sistema Nervoso Central.....	102
Fig. 25 - Ilustração da estrutura de um neurónio.....	102
Fig. 26 - Crânio representativo de um ser humano, <i>Hemisférios Cerebrais</i>	103
Fig. 27 - Ilustração das Zonas Cerebrais do ser humano, <i>Zonas Cerebrais</i>	103
Fig. 28 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010. <i>Glass Light</i>	110
Fig. 29 - Ilustração do <i>Cubo de Necker</i> utilizado na Gestalt.....	110
Fig. 30 - Curvas de respiração com distintas emoções.....	120
Fig. 31 - Níveis de regulação vital.....	120
Fig. 32 - Fotografia de Scott Bourne's, 2011. <i>Storytelling part 2</i>	123
Fig. 33 - Ilustração das regiões ligada à indução das emoções. Apenas uma destas quatro regiões é visível na superfície do cérebro. Todas se encontram localizadas perto da linha média do cérebro.....	124
Fig. 34 - Instalação (Prisma óptico por onde passa a luz). <i>Ray of Light</i> , 2013, Tokyo, de Tokujin Yoshioka.....	132

Fig. 35 - Círculo Cromático – Tons.....	132
Fig. 36 - Cores primárias, secundárias e terciárias.....	133
Fig. 37 - Psicologia das Cores.....	139
Fig. 38 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	143
Fig. 39 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	144
Fig. 40 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	145
Fig. 41 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	146
Fig. 42 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	147
Fig. 43 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	148
Fig. 44 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	149
Fig. 45 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	150
Fig. 46 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	151
Fig. 47 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	152
Fig. 48 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	153
Fig. 49 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	154
Fig. 50 - Projecto, Fotografia digital, <i>Ser Humano</i>	155
Fig. 51 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	156
Fig. 52 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	157
Fig. 53 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	158
Fig. 54 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	159
Fig. 55 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	160
Fig. 56 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	161
Fig. 57 - Projecto, Frames do filme <i>SENSES</i>	162
Fig. 58 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	167
Fig. 59 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	167
Fig. 60 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	168
Fig. 61 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	169
Fig. 62 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	170
Fig. 63 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	171
Fig. 64 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	172
Fig. 65 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	173
Fig. 66 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	174
Fig. 67 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	175
Fig. 68 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	176
Fig. 69 - Projecto, Fotografia digital, <i>Natureza</i>	176
Fig. 70 - Projecto, Fotografia, <i>Natureza</i>	176
Fig. 71 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	181
Fig. 72 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	181

Fig. 73 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	182
Fig. 74 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	182
Fig. 75 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	183
Fig. 76 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	183
Fig. 77 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	183
Fig. 78 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	184
Fig. 79 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	185
Fig. 80 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	186
Fig. 81 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	187
Fig. 82 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	188
Fig. 83 - Projecto, Fotografia digital, <i>Luz</i>	189
Fig. 84 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	193
Fig. 85 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	193
Fig. 86 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	194
Fig. 87 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	195
Fig. 88 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	196
Fig. 89 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	196
Fig. 90 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	197
Fig. 91 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	198
Fig. 92 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	199
Fig. 93 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	200
Fig. 94 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	201
Fig. 95 - Projecto, Fotografia digital, <i>Cor</i>	202
Fig. 96 - Projecto, Fotografia de Michele Piccardo, <i>Cor</i>	204
Fig. 97 - Projecto, Fotografia de Michele Piccardo, <i>Cor</i>	204
Fig. 98 - Projecto, Fotografia de Michele Piccardo, <i>Cor</i>	204
Fig. 99 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	207
Fig. 100 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	208
Fig. 101 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	209
Fig. 102 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	210
Fig. 103 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	211
Fig. 104 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	212
Fig. 105 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	213
Fig. 106 -Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	214
Fig. 107 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Objecto</i>	215
Fig. 108 - Projecto, Pintura de Helena Almeida, acrílico sobre foto a p/b, <i>Pintura Habitada</i> , 1975.....	217
Fig. 109 - Projecto, Desenho de Helena Almeida, <i>Desenho Habitado</i>	217
Fig. 110 - Projecto, Fotografia de Helena Almeida.....	217

Fig. 111 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	221
Fig. 112 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	222
Fig. 113 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	223
Fig. 114 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	224
Fig. 115 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	225
Fig. 116 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	226
Fig. 117 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	227
Fig. 118 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	228
Fig. 119 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i>	229
Fig. 120 - Projecto, Fotografia digital, <i>O Abstracto</i> Projecto.....	230
Fig. 121 – Projecto, Fotografias digitais, pormenores da peça final, <i>picture book</i>	235
Fig. 122 – Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	236
Fig. 123 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	237
Fig. 124 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	238
Fig. 125 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	239
Fig. 126 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	240
Fig. 127 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	241
Fig. 128 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	242
Fig. 129 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	243
Fig. 130 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	244
Fig. 131 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	245
Fig. 132 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	246
Fig. 133 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	247
Fig. 134 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	248
Fig. 135 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	249
Fig. 136 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	250
Fig. 137 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	251
Fig. 138 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	252
Fig. 139 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	253
Fig. 140 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	254
Fig. 141 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	255
Fig. 142 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	256
Fig. 143 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	257
Fig. 144 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	258
Fig. 145 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	259
Fig. 146 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	260
Fig. 147 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	261
Fig. 148 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	262
Fig. 149 - Projecto, Duplas páginas do <i>picture book</i>	263

Distribuição do empenho e do tempo despendido neste projecto



Valores aproximados

1

Introdução

1.1 Introdução

Cada vez mais, nos dias de hoje, o Homem se encontra num “mundo visual”, rodeado de imagens, para onde quer que vá a imagem encontra-se por perto e tem o poder de influenciar e persuadir o Homem, assim é necessário saber interpretar as imagens, tal como defende Munari (1968, pp. 19-20) «conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contacto com a realidade; significa ver mais e perceber mais».

Mathew Rampley (2007, p. 12) define a cultura visual como «o conjunto de ideias, crenças e usos de uma sociedade e as formas como lhes é dada expressão visual». Segundo Vilas-Boas (2009, p. 41) a cultura visual é «um fenómeno simultaneamente endógeno e exógeno em relação ao ser humano (...)», tendo-se assim a necessidade de explorar a sua «existência material (fora de nós) bem como o seu impacto óptico, cognitivo e emocional (dentro de nós)».

Posto isto, neste projecto introduz-se a temática *Emoções Visuais, - Investigação semântica a partir da descontextualização da realidade*, explorando a importância da mesma e a sua relação com o Homem, descrevendo-a no âmbito do estudo e da exploração teórica da cultura visual e da comunicação visual, partindo de um estudo sobre a ontologia da imagem e da fotografia e interligando estas com noções e conhecimentos sobre o ser e o modo como este processa os estímulos sensoriais, maioritariamente os estímulos visuais e as emoções.

Procedendo-se à descrição e parte projectual do trabalho, tentou-se explorar ao máximo a temática, através de várias abordagens que fazem parte integrante das emoções, utilizando-se várias técnicas, como a fotografia, ilustração, aquarelas e tintas, e vários suportes, como papéis diversos com diferentes texturas, materiais distintos, bem como o suporte digital. Introduce-se também a noção de emoção e o modo como esta se encontra na área da cultura visual.

A emoção é um estado de ânimo caracterizado por uma comoção orgânica, tendo como consequência a impressões dos sentidos, ideias ou recordações, que provoca fenómenos viscerais, que o Homem emocionado percebe e que se traduzem frequentemente em gestos, atitudes ou outras formas de expressão. Assim, a emoção descreve uma classe especial de estado mental, alteração fisiológica ou de comportamentos, sendo estes os aspectos fundamentais e diferenciáveis, mas indissociáveis de toda a emoção.

A emoção é uma parte essencial, vital e reguladora na vida do Homem, afectando a maneira como este sente, como se comporta, como pensa e como age. As emoções são subjectivas, pois diferem de pessoa para pessoa, do contexto e cultura onde estão inseridas e dos conhecimentos que possuem.

Embora hajam emoções que são visíveis, devido à exteriorização que o corpo do ser humano produz, existem muitas outras emoções que não são possíveis de se observarem, não são visíveis.

Assim, este foi o princípio fundamental para a escolha e realização do projecto ***Emoções Visuais, - Investigação semântica a partir da descontextualização da realidade.***

Estando numa área visual, o fascínio que possuo de produzir visualmente a partir de algo abstracto é um constante desafio, tendo surgido assim as finalidades de exploração de composições visuais, sensoriais, espontâneas, intuitivas, de transmitir, provocar e despertar emoções por meio da cultura e da comunicação visual e de explorar o poder que cada abordagem possui e provoca na memória e percepção do observador.

1.2 Problemática

Tal como os objectivos, a definição da problemática é necessária e de extrema relevância, ajudando assim, à execução do projecto.

Também a definição da problemática facilita o próprio autor a não se perder e a não divagar noutros assuntos e caminhos, direccionando-o sempre aos seus objectivos e temática(s)/problemática.

Assim a problemática do presente trabalho é:

- Explorar visualmente emoções por meio da comunicação visual, estimulando a cultura visual do observador.

1.3 Objectivos

Diante do desafio de desenvolver um projecto, no âmbito da conclusão do Mestrado em Design e Cultura Visual, foi necessário e de essencial relevância definir objectivos que ajudassem a delinear e a executar o mesmo.

O primeiro objectivo foi a escolha e exploração do tema *emoções visuais*, onde se estabeleceu a interligação do aprofundamento de conhecimentos e noções com um tema escolhido por opção de interesse pessoal.

Ao nível teórico, os objectivos principais estabelecidos foram a obtenção, o estudo e a investigação de conhecimentos e noções no campo da cultura visual, com a finalidade de melhorar e ganhar aptidões e diversas capacidades que contribuíssem para a evolução teórica, técnica e projectual.

Ao longo deste processo, foi fundamental a interligação da teoria, elaboração do relatório de projecto com a prática, executar o projecto não só para manter e aumentar o entusiasmo, interesse e motivação, mas também para melhorar e enriquecer o relatório de projecto e o projecto final.

Ao nível prático/projectual, os objectivos foram a criação, sem limites, de peças visuais que despertem e provoquem as emoções do observador, a exploração de composições sensoriais, visuais, estimulantes, espontâneas e intuitivas, e criação de peças visuais diferenciadas, com a finalidade de que ao despertarem os sentimentos e emoções de quem as observa estas fiquem retidas mais facilmente e durante mais tempo na memória de cada observador.

1.4 Metodologia projectual

O método projectual é a formalização do percurso intencionalmente ajustado ao objecto de estudo.

Este foi concebido e desenhado por iniciativa própria como meio de direccionar a pesquisa para o seu objectivo, possibilitando assim a progressão do conhecimento acerca desse mesmo objecto.

A presente exploração do tema do projecto, embora seja precedida, acompanhada e executada com noções e conhecimentos teóricos, envolve na maior parte das vezes um nível de subjectividade, pois embora o objectivo principal do projecto seja transmitir, provocar e despertar visualmente emoções através da cultura e comunicação visual, a interpretação do observador ao ser provocado por diversos estímulos visuais é pessoal e irá depender de alguns factores como a cultura, o contexto e o seu conhecimento.

Posto isto, após definidos a problemática e os objectivos do projecto, e por este se tratar de uma exploração visual sem limites, a metodologia projectual concebida não se insere em nenhum modelo metodológico pré-existente, mas antes foi concebida por iniciativa própria, segundo as seguintes fases do projecto:

- A execução de um enquadramento teórico, onde se explora a área da cultura visual;
- A exploração e aprofundamento teórico acompanharam o desenvolvimento das várias abordagens;
- Ao nível projectual, elaborou-se uma descrição do projecto, seguido de uma divisão de sub-temas, que exploram visualmente: O ser humano, a Natureza, a luz, a cor, o objecto e o abstracto;
- Cada abordagem foi acompanhada por uma memória descritiva;
- Construção da peça final do projecto onde cada folha é singular, diferente e impressa em diversos tipos de papéis e com o uso de diversos materiais.

2

Cultura visual

2.1 Cultura

O estudo da cultura serve essencialmente para definir a identidade individual e de grupo de uma determinada sociedade. É pois necessário termos o conhecimento das dimensões cultural e social para assim compreendermos os seres humanos e a maneira como estes se comportam.

Segundo Edward B. Taylor (cit. por Monteiro & Ferreira, 2009, p. 90) cultura é «a totalidade dos conhecimentos, das crenças, das artes, dos valores, leis, costumes e de todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo Homem enquanto membro da sociedade».

Assim, cultura é designada como um conjunto de valores, padrões de comportamentos e atitudes partilhado por um conjunto de pessoas. Posto isto, a cultura é transmitida através de aspectos culturais e dinâmicos. Pode-se dizer que é um processo em parte estático e dinâmico.

A componente estática da cultura é a tradição, a educação e a história, enquanto que a componente dinâmica da cultura é definida pela globalização e a adaptação do Homem a novas culturas e circunstâncias.

Cultura é também um dado universal, porque é uma realidade em todas as sociedades. A cultura, apesar de ser universal, é constituída por várias culturas, ou seja, a cultura é igualmente particular, pois todas as culturas são diferentes. Num sistema cultural aquilo que se estabelece são os chamados padrões culturais ou padrões de normalidade, sendo estes por exemplo a rotina, os limites de tolerância, as instituições, etc.

A cultura tem um carácter determinado e indeterminado, pois existem aspectos culturais nos quais eu, como indivíduo da sociedade, não escolho, e outros em que tenho a liberdade de escolha, por exemplo escolhas comportamentais.

Existem factores que caracterizam a cultura, os quais são designados por traços culturais, sendo estes o próprio indivíduo e os grupos, o ambiente e o local, pois, por exemplo, condições atmosféricas modificam culturas, e o tempo, através da transmissão geral de saberes.

Para se compreender um fenómeno cultural é necessário que existam elementos que o constituem, são eles os traços culturais, sendo considerada a unidade mais pequena da cultura, o conjunto de traços culturais, sendo considerado como complexo cultural e por fim os padrões culturais, que envolvem a percepção do mundo, existindo assim ícones ou

traços culturais que nos transportam para outras culturas diferentes. É pois um conjunto de indicações sobre diferentes modos de agir.

Pode-se dizer que a cultura contém diversas características, sendo que uma cultura é sempre simbólica, porque todas as culturas transmitem significado; todas as culturas são sociais, pois nenhum indivíduo vive numa cultura particular; as culturas são universais como também regionais; toda a cultura é selectiva, porque todas as culturas, seleccionam em que vão consistir os seus padrões, implicando tomadas de decisões porque são um processo; a cultura é determinante mas também determinada, é determinante pelas suas causas que não dão oportunidade de escolha e é determinada porque determina modos de conduta e também porque é constituída por factores que não têm escolha; as culturas são estáticas e dinâmicas, são estáticas porque há elementos fixos que servem para identificar a cultura, por exemplo, as tradições, e são dinâmicas, devido à globalização, pois as culturas são constantemente invadidas por informação.

Assim, os elementos que constituem a cultura são os sujeitos e a cultura é um sistema que funciona como uma totalidade. Ao longo do tempo a cultura vai-se modificando, bem como no espaço, sendo pois tempo e espaço conceitos universais de existência que permitem medir a existência de cada pessoa.

Assim, graças à cultura é também possível observar e determinar o comportamento de cada ser humano.

2.2 Cultura visual

Desde o momento em que o ser humano acorda até ao momento de este se deitar, o Homem é constantemente influenciado por diversos estímulos visuais.

Com o avançar dos tempos, o dia-a-dia do Homem é percepcionado, influenciado e gerido por diversas informações provenientes do meio que o rodeia e que chegam até si através de diferentes estímulos sensoriais.

Sendo a globalização uma componente importante da cultura, é graças a esta que o Homem tem facilidade ao acesso da informação. Numa cultura, segundo Sturken & Cartwright (2009, p. 389) «(...) *the globalization of communication technologies* (...)»¹ permite a troca de ideias e informações através de imagens globais. Graças a estas, não só é possível a circulação global de «(...) *concepts, ideas, politics, and images* (...)»² mas também a cultura tornar-se mais diversificada e com diferentes «(...) *global audiences*»³.

De acordo com Sturken & Cartwright (ibidem) «*the circulation of images* (...)»⁴ tem evoluído rapidamente, desde as imagens impressas até às imagens transmitidas por plataformas digitais.

Posto isto, segundo Vilas-Boas (2010, p. 24) a cultura «é algo que é intrínseco» ao ser humano, pois este vive numa cultura predominantemente visual, onde devido ao facto de este ser constantemente abordado por diversos estímulos, nomeadamente visuais, tem assim a necessidade de os compreender.

Segundo Sturken & Cartwright (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 25) «(...) um dos objectivos dos estudos culturais é fornecer aos observadores, cidadãos e consumidores, as ferramentas para obterem um melhor entendimento de como os meios visuais nos ajudam a compreender a nossa sociedade».

Ao longo dos tempos, segundo Barnard (2001, p. 1) autores como «W.J.T. Mitchell (1995), John Walker & Sarah Chaplin (1997) e Nicholas Mirzoeff (1999)» reflectiram, exploraram, analisaram e propuseram-se a definir de diversas formas o conceito de cultura visual.

Segundo Walker & Chaplin (1997, p. 31), áreas como «*the anthropology, philosophy, history, psychology and semiotic*»⁵ contribuem para os estudos da cultura visual (Figura 1)

¹ «(...) a globalização das comunicações tecnológicas (...)».

² «(...) conceitos, ideias, políticas e imagens (...)».

³ «(...) audiências globais».

⁴ «a circulação de imagens (...)».

e para estes autores a cultura visual é definida e dividida pelas artes, tais como a pintura, o desenho, a escultura, etc., pelo design, pelas artes performativas e pelos *mass media*, ou seja, é definida através do campo de produções culturais (Figura 2). Tal como estes autores defendem «(...) *the field of visual culture, defined in terms of its constituent arts, crafts, design and mass media, as it exists at the end of the twentieth century*»⁶.

Também segundo Barnard (2001, p. 2) a cultura visual pode ser explorada e entendida sob duas abordagens, dando importância a todas as formas de «artes visuais, como por exemplo, o design, a pintura, arquitectura, expressões faciais, etc.» e a cultura visual como sendo uma área de estudos que permite transmitir e comunicar visualmente «identidades, valores culturais e sociais».

De acordo com Mirzoeff (1999, pp. 2-3) a cultura visual está em toda a parte, por exemplo, na televisão, nas ruas, cinemas e plataformas digitais e em simultâneo não se encontra em lugar nenhum, pois todas estas representações mediatizadas encontram-se misturadas. Para este autor a cultura visual também pode ser estudada sob diversas abordagens, pois para este a imagem vai-se alterando consoante a realidade envolvente e é considerada não só como forma de comunicar a vida quotidiana do Homem mas fazendo parte desta também, tal como defende o autor «*visual culture is a tactic with which to study the genealogy, definition and functions of postmodern everyday life from the point of view of the costumer, rather than the producer*»⁷.

Posto isto, cultura visual é uma área que essencialmente aborda e que procura compreender os diversos estímulos visuais, como sendo uma fonte que transmite cultura e transmite visualmente diferentes processos e mensagens culturais.

Segundo Vilas-Boas (2010, p. 30) o ser humano deve ter em conta o quanto a cultura visual é importante para este e como esta tem o poder de actuar e influenciar não só na vida do Homem como também o seu estado psicológico e emocional, pois tal como defende o autor «(...) sendo a cultura visual um fenómeno simultaneamente endógeno e exógeno em relação ao ser humano, deveremos estudá-lo tendo em conta a sua existência material (fora de nós) bem como o seu impacto óptico, cognitivo e emocional (dentro de nós)».

⁵ «a antropologia, filosofia, história, psicologia e semiótica»

⁶ «o campo da cultura visual, definido pelas artes, artesanato, design e *mass media*, e existe desde os finais do século XX».

⁷ «a cultura visual é uma tática para estudar a genealogia, a definição e as funções da vida quotidiana pós-moderna sob o ponto de vista do consumidor, mais do que do produtor».

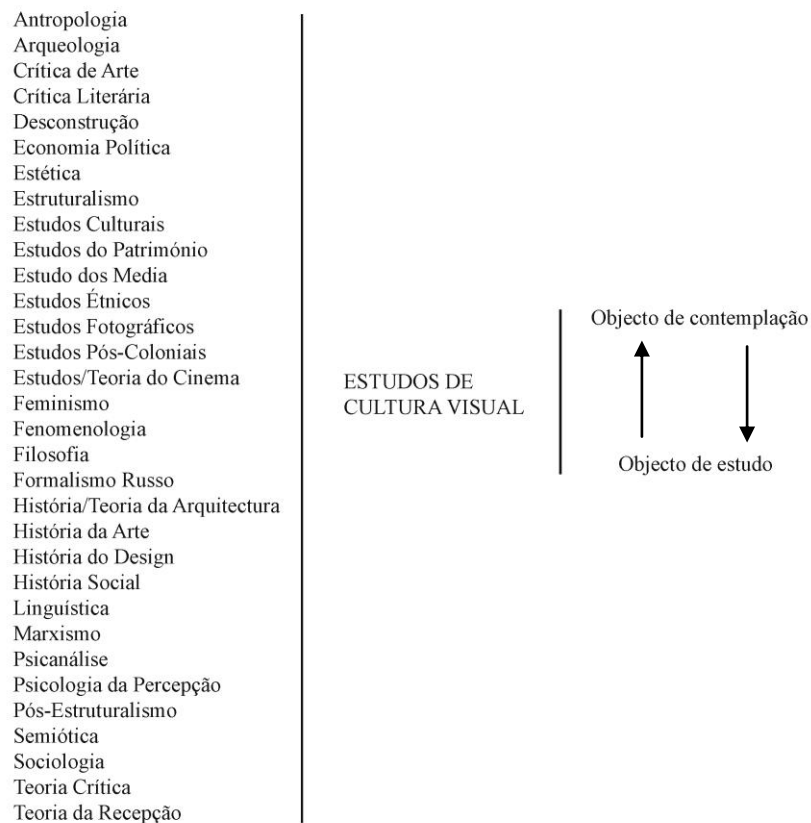


Fig. 1– Diagrama. *Áreas que contribuem para os estudos de cultura visual.*
 Fonte: VILAS-BOAS, A. (2009).

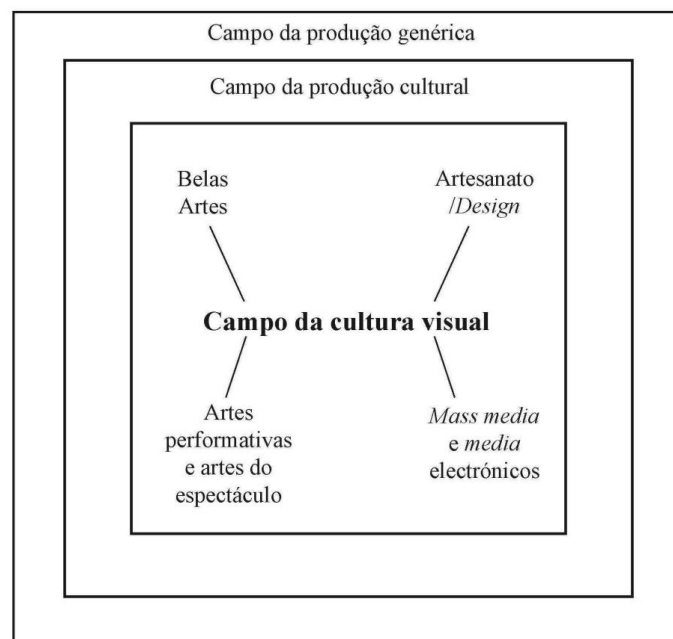


Fig. 2 – Esquema representativo. *O campo da cultura visual.*
 Fonte: VILAS-BOAS, A. (2009).

2.3 Comunicação visual

O ser humano recebe constantemente comunicações visuais do meio que o rodeia. Este tem assim a necessidade de comunicar com a sociedade, contando uma história, reflectindo, discutindo ou através da observação de uma imagem, perante a qual, irá reagir e emocionar-se de diferentes maneiras e respondendo a diferentes questões e obstáculos que se lhe impõem no dia-a-dia. Esta é pois a forma simples da comunicação.

Na área da cultura visual é necessário abordar a comunicação visual, pois esta faz parte da cultura visual e pertence essencialmente aos seres visuais.

De acordo com Bergström (2008, p. 30) o suporte da comunicação visual é quando uma pessoa tem a necessidade de comunicar algo, tal como defende: «*the basis of a visual communication is that someone has something to say*»⁸. Onde, praticamente tudo que os olhos observam e percebem é comunicação visual.

Também segundo Munari (1968, p. 81) ver, compreender e reconhecer a «comunicação visual é como aprender uma língua, uma língua composta só por imagens, mas imagens que têm o mesmo significado para as pessoas de todas as nações e, por isso, de todas as línguas». De acordo com Munari (1968, p. 87) a comunicação visual é baseada em «imagens» que possuem um «valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas, dando informações diferentes». Sendo assim é permissível distinguir sob duas abordagens distintas todas as mensagens que são observadas e percebidas através dos nossos olhos. Assim a comunicação visual pode-se distinguir em «casual» (Figura 3), onde a comunicação visual tem a «intenção de advertir» o Homem, e «intencional» (Figura 4), onde a comunicação visual se faz através de «um código preciso» ou seja, de uma «informação precisa».

Por sua vez, na «comunicação visual casual» o Homem pode interpretar «livremente» a mensagem, seja de que género for, quer seja uma «mensagem científica, estética ou de outro tipo». Em contrapartida, a «comunicação visual intencional» é exactamente o oposto, onde o Homem tem a obrigação de receber a mensagem «na totalidade do significado pretendido pela intenção do emissor».

⁸ «a base da comunicação visual é que alguém tem alguma coisa a dizer».

Segundo Munari (1968, p. 87) a «comunicação visual intencional» tem a particularidade de se dividir, por sua vez, sob duas abordagens, o da «informação prática», como «por exemplo, a fotografia e as notícias visuais da televisão» e, de acordo com o autor (1968, p. 90) o da «informação estética», onde o objectivo da mensagem é «informar» o Homem, como «por exemplo, uma nuvem que se desfaz e muda de forma».

Assim, a comunicação visual é essencial na vida do Homem, pois sob um ponto de vista psicológico é graças a esta também que o Homem consegue comunicar não só as suas emoções como também os seus sentimentos, que são fornecidos e estimulados por diversas peças visuais do mundo que o rodeia.

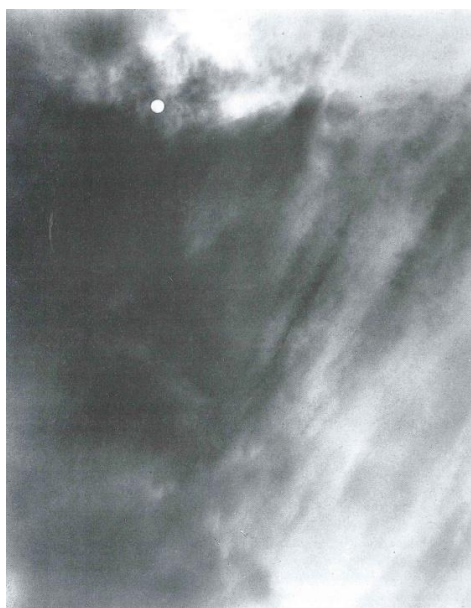


Fig. 3 - Fotografia de Alfred Stieglitz, *Equivalentes*, 1931.
Fonte: KRAUSS, R. (2002).

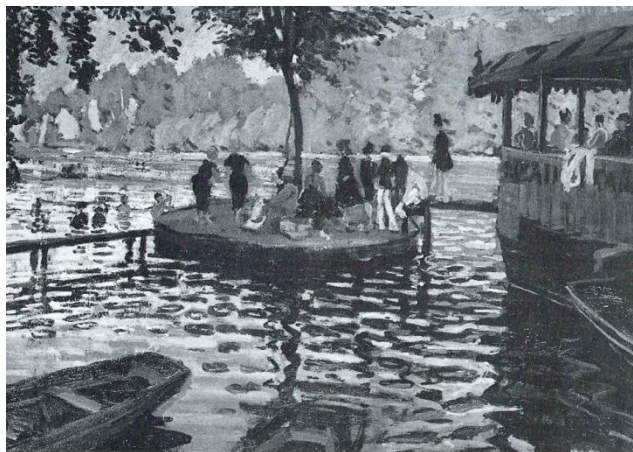


Fig. 4 – Desenho de Claude Monet, *La Grenouillère*, 1869.
Fonte: KRAUSS, R. (2002).

2.4 Mensagem visual

Segundo Munari (1968, p. 90) «a comunicação visual» ocorre através de «mensagens visuais» que estão constantemente a atingir os «sentidos» do ser humano.

Para Munari (ibidem) a comunicação visual é estabelecida por meio de «um emissor» que está continuamente a emitir «mensagens» e por consequência «um receptor» que vai recebendo estas «mensagens». Este «receptor», ou seja, o ser humano, encontra-se envolvido pelo meio que o rodeia, o qual é considerado um «ambiente cheio de perturbações», as quais por sua vez têm o poder de «alterar ou mesmo anular certas mensagens» que o «emissor» fornece ao Homem.

Segundo Munari (1968, pp. 90-91) se a «mensagem visual» for recebida pelo receptor sem qualquer tipo de «perturbações», cada «receptor», ou seja, cada pessoa, e de «um modo diferente» irá possuir algo, que se denomina por «filtros», onde a «mensagem visual» passará «para ser recebida».

Estes filtros, como os «filtros de carácter sensorial» são os sentidos que o Homem possui, assim como a sua cultura, «filtros culturais», que «deixam passar» as «mensagens» que o Homem «reconhece», como fazendo parte da sua cultura e dos seus valores culturais e por fim, as características psicológicas e fisiológicas, ou seja, os «filtros operativos» (Figura 5).

Segundo Bergström (2008, p. 85) quando o Homem recebe a mensagem visual vai senti-la, tornando-a numa imagem, reflecti-la, tornando-a verbal e, posteriormente, irá reagir, tornando-a visual e verbal, tal como defende o autor: «*FEEL, THINK, ACT – The ideal reaction on the part of receivers: The feeling gets them to experience something (often conveyed visually); The thought gets them to find out about something (often conveyed verbally) and the action is the result of the interplay between the visual and the verbal*»⁹.

Por fim, decompondo a mensagem visual, tal como defende Munari (1968, pp. 92-93), a mensagem divide-se ainda, sob duas abordagens, o «suporte visual» e a «informação», sendo o «suporte visual, o conjunto dos elementos que tornam visível a mensagem» como por exemplo, «a textura, a forma, a estrutura, o módulo e o movimento» e a «informação», onde esta «é transportada pela mensagem» (Figura 6).

⁹ «SENTIR, PENSAR, AGIR – a reação ideal dos receptores: o sentimento leva-o a experienciar algo (muitas vezes visualmente), o pensamento leva-o a encontrar algo (muitas vezes verbalmente) e a acção/agir é o resultado entre o visual e o verbal».

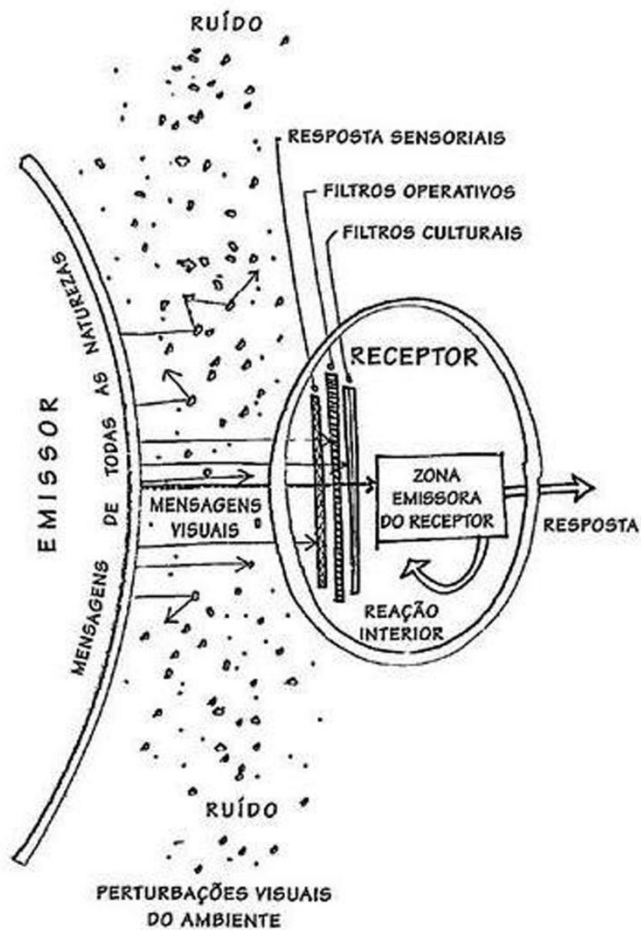


Fig. 5 – Ilustração representativa da forma como ocorre a comunicação visual.
 Fonte: MUNARI, B. (1968).

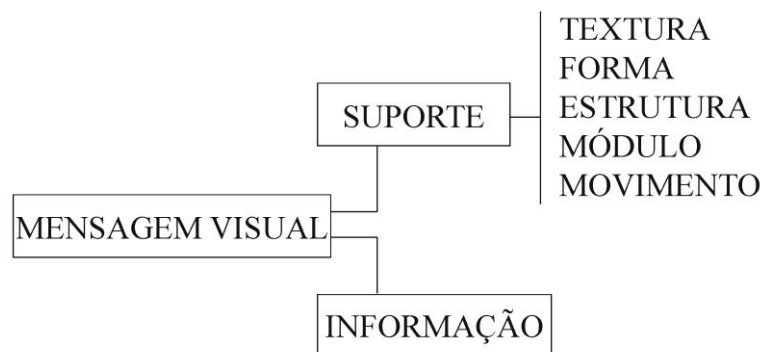


Fig. 6 – Esquema representativo da decomposição da mensagem visual.
 Fonte: MUNARI, B. (1968).

2.5 Imagem e Comunicação

De acordo com Joly (2007, pp. 18-19) etimologicamente a palavra “imagem” deriva do latim *imāgo* e significa figura, ideia, representação visual, semelhança e aparência de uma coisa ou algo. Embora esta noção esteja correcta é difícil estabelecer um significado da palavra imagem de uma forma tão simples, pois esta abrange diferentes abordagens, usos e significados. Para onde quer que o Homem vá, a imagem é existente. O Homem deixou vestígios da sua existência e «faculdades imaginativas» através de representações visuais, «desenhos feitos» em rochas, e que vão desde «os tempos mais remotos do Paleolítico até à época moderna», com o objectivo de «comunicar mensagens».

Também para Joly (2007, p. 19), desde a Antiguidade que Platão e Aristóteles reflectem sobre a noção de imagem. Para Platão a imagem é «natural (reflexo ou sombra), a única que se pode tornar num instrumento filosófico», para Aristóteles a imagem é «eficaz pelo próprio prazer» que proporciona no Homem, tal como afirma Joly (2007, p. 19) «instrumento de comunicação, divindade, a imagem assemelha-se ou confunde-se com aquilo que ela representa. Visualmente imitadora, pode tanto enganar como educar. Reflexo, ela pode conduzir ao conhecimento».

Posto isto, ainda segundo Joly (2007, p. 1) o ser humano é por natureza um «consumidor de imagens», para este é imprescindível compreender o modo como a imagem consegue comunicar e transmitir as «suas mensagens». O Homem não consegue nem pode ficar «indiferente a uma das ferramentas que mais domina a comunicação contemporânea».

Sendo a visão o sentido considerado mais poderoso, é através deste que o Homem consegue olhar, ver e transmitir diversas experiências e imagens, evocando assim a diferentes estados psicológicos e distintas emoções.

Apesar das imagens possuírem diversos significados o Homem compreende-as, tal como defende Joly (2007, p. 13): «compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece».

Pode-se afirmar que uma imagem é uma representação adquirida pelo Homem, mas também, por outro lado é uma representação criada e gerada por este.

As imagens têm o poder de apelar os sentidos do ser humano, bem como às emoções, tendo assim o poder de atrair ou afugentar o Homem, e por consequência permanecer na memória deste.

Segundo Joly (2007, p. 14) o ser humano vive numa sociedade dominada por imagens, onde algumas destas remetem, por sua vez, para as «imagens mediáticas», sendo estas todas as imagens que «invadem a vida quotidiana» do Homem. De acordo com Joly (2007, pp. 14-15) a «imagem mediática é representada sobretudo pela televisão e publicidade visual», o que leva a uma confusão entre compreender o «suporte e o conteúdo» da imagem. Outra confusão existente que pode alterar a compreensão da imagem, é segundo a autora (2007, pp. 15-16) entre «imagem fixa (Figura 7) e imagem animada (Figura 8)», pois «considerar que a imagem contemporânea é a imagem mediática e que a imagem mediática por excelência é a televisão ou o vídeo, é esquecer que, ainda hoje e nos próprios *media*, a fotografia, a pintura, o desenho, a gravura, a litografia, etc. – toda a espécie de meios de expressão visual» e que o Homem considera como «imagens», existam em simultâneo.

De acordo com Joly (2007, p. 155) na sociedade actual algumas imagens por vezes podem ser invasoras, onnipresentes, e não sustentarem a transmissão de valor e conteúdos, mas longe de serem um «flagelo contemporâneo ameaçador», são essencialmente «um meio de expressão e de comunicação» que liga o Homem «às tradições mais antigas e mais ricas da nossa cultura». Posto isto, para o Homem compreender uma imagem tem de ter em conta o «contexto da comunicação, da historicidade da sua interpretação, assim como as suas especificidades culturais».

Também segundo Joly (2007, p. 61) «considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diferentes tipos de signos equivale (...) a considerá-la como uma linguagem e, portanto como um instrumento de expressão e de comunicação». Uma imagem possui sempre um «contexto», uma «mensagem», um «destinatário» e uma ou várias funções, sendo a «função da mensagem visual» essencial para a conhecimento do «conteúdo» de uma imagem.

Posto isto, existem duas abordagens para diferenciar o «destinatário e a função de uma mensagem visual», são elas «situar» os diversos géneros de «imagens no esquema da comunicação» e «comparar» os diversos usos da «mensagem visual» com os destinos que o Homem lhes dá, estabelecendo «uma relação» entre este e o meio que o rodeia.

Em suma, para se compreender a base da comunicação, Roman Jakobson (cit. por Joly, 2007, p. 62) afirma que as mensagens possuem sempre um «contexto», também chamado de «referente», na qual a mensagem necessita de um «contacto» para permitir «estabelecer e manter a comunicação», para posteriormente entregar um «código» tanto para o «destinador», ou seja, quem envia a mensagem, como para o «destinatário», que é quem recebe a mensagem (Figura 9).



Fig. 7 – Ilustração da autora.



Fig. 8 – Ilustração da autora, sequência de imagens, gif animado.

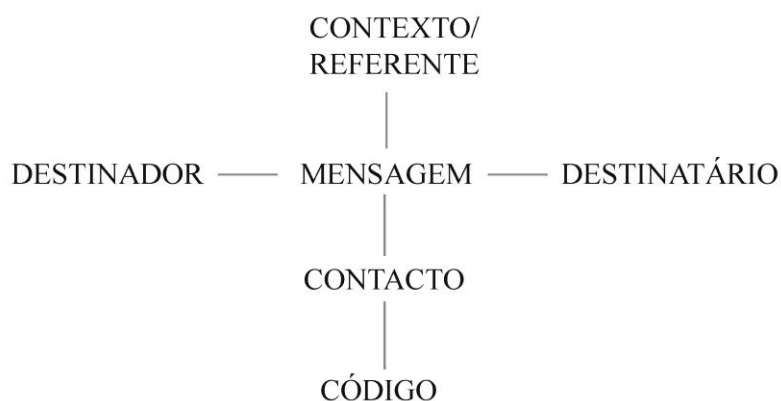


Fig. 9 – Esquema representativo da base da comunicação.
Fonte: JOLY, M. (2007).

2.6 Tipos de imagens e suas funções

As imagens são consideradas a essência da cultura visual e têm o poder de influenciar emocionalmente o Homem e comunicarem diferentes tipos de mensagens.

Na sociedade em que o Homem vive, as imagens são maioritariamente polissémicas, sendo de vários tipos e possuindo diferentes funções.

De acordo com Bergström (2008, p. 124) as diversas mensagens são construídas através de imagens, onde por sua vez as mensagens são «informativas, explicativas, directivas e expressivas», tal como defende Bergström (ibidem): «*Informative, giving relevant information without value judgements; Explicative, explaining an action, a situation or course of events, Directive, indicating or encouraging a certain opinion; Expressive, communicating strong feelings using powerful means*¹⁰».

Com isto, pode-se fazer uma abordagem mais específica às funções das imagens. Assim sendo, as imagens que fornecem ao Homem informações concretas, sobre acontecimentos da realidade e que cumprem com funções informativas e sintéticas, são as chamadas imagens com funções «informativas» ou representativas, e segundo Joly (2007, p. 24) direccionam-se para as «imagens científicas» (Figura 10) e como também defende Joly (2007, p. 27) para as «novas imagens» (Figura 11), sendo estas as «imagens produzidas em computador, imagens virtuais (...) ou de ficção», todas as imagens que são manipuláveis e «podem alterar a distinção entre o real e o virtual».

Tal como afirma Bergström (2008, p. 124) também as imagens com «funções explicativas» ou descritivas transmitem mensagens, na qual uma imagem explica a realidade através de sobreposições de dados.

Para o autor, quando uma imagem procura influenciar comportamentos, sentimentos, emoções e persuade o ser humano, tem uma «função expressiva», argumentativa e/ou apelativa, e também Joly (2007, pp. 14-15) defende que estas funções se direccionam para as «imagens mediáticas» (Figura 12).

De acordo com Bergström (2008, p. 124) também quando uma imagem é construída para denunciar situações e chamar a atenção, esta tem uma função crítica.

¹⁰ «Informativas, que fornecem informações relevantes sem juízos de valor; Explicativas, que explicam acções, situações e eventos; Directivas, indicando ou encorajando uma certa opinião; Expressivas, comunicando sentimentos usando o poder dos seus significados».

Pode-se considerar ainda que existem também as «funções estéticas, simbólicas e narrativas» numa imagem. Quando uma imagem valoriza o belo e é construída de modo a traduzir ideais de beleza, possui funções estéticas. Quando uma imagem possui significados e simbolismos sobrepostos à realidade, a imagem possui uma função simbólica e por fim, se uma imagem narra e conta uma história, esta possui uma função narrativa.

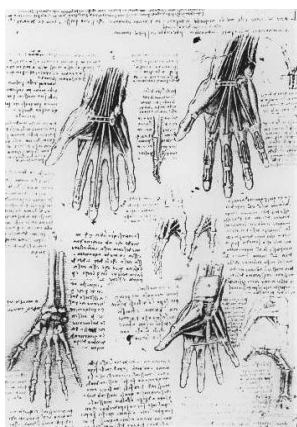


Fig. 10 – Desenho de Leonardo DaVinci.
Muscles of the forearm, 1901.
Fonte: The Metropolitan Museum of Art (1983).



Fig. 11 – Fotografia da autora, 2013.



Fig. 12 – Fotografia de Robert Doisneau.
Baiser à l'Hôtel de Ville, 1950.
Fonte: BERGSTRÖM, B. (2008).

2.7 Contexto das imagens

Segundo Joly (2007, p. 69) as noções de «expectativa» e de «contexto» numa imagem estão estreitamente relacionadas entre si, pois «estas duas noções condicionam a interpretação da mensagem» numa imagem. De acordo com a autora (2007, p. 71), «jogar com o contexto pode ser uma maneira de enganar a expectativa do espectador surpreendendo-o, chocando-o ou divertindo-o». O contexto tem o poder de transformar as imagens que o Homem observa e de modificar os seus significados.

Segundo Bergström (2008, pp. 134-135) pode-se afirmar que o contexto é um «ambiente» dinâmico, pois está sempre em alterações e é feito sobretudo pelo Homem e pela comunicação existente entre este e a realidade. Para o autor o contexto pode ser de dois tipos, o contexto «interno» e o «externo». O contexto é considerado «interno» quando é direccionado para características internas da imagem, ou seja, quando uma imagem possui elementos contraditórios que à partida não lhe pertencem, criando assim interesse ao observador. Tal como defende Bergström (2008, p. 134): «*the internal context of the image reveals its inner life, which can be created in different ways. (...) Contradictory elements in an image, which don't seem to fit, arouse great interest in the receiver*¹¹(...)».

Por outro lado, o contexto pode ser considerado «externo» quando este é o ambiente imediato onde as imagens se encontram, ou seja, as imagens podem não só se enquadrar e fundir num ambiente harmonioso, como podem não se enquadrar, gerando assim conflitos entre a imagem e o ambiente, tal como defende Bergström (ibidem): «*the external context, the immediate environment in which the sender places the image, is important. The image can either harmonize with its environment or clash with it and create contradictions, conflict and contrast* (...)»¹².

Assim, o contexto tem o poder e a influência de transformar uma imagem, onde as imagens vão se alterando de acordo com o contexto em que são observadas.

¹¹ «o contexto interno de uma imagem revela a vida interna de uma imagem, que pode ser criada de várias formas (...) Elementos contraditórios numa imagem, que não encaixam nesta, conseguem criar grande interesse em quem as observa (...)».

¹² «o contexto externo de uma imagem é o ambiente imediato onde se encontram as imagens. A imagem tanto pode enquadrar-se harmoniosamente no ambiente, fundindo-se com este, ou colidir com ele, criando contradições, conflito e contraste (...)».

2.8 Poder e influência das imagens

O ser humano vive numa cultura onde predomina a imagem, ou seja, numa cultura visual onde existe uma grande variedade de imagens com diversos propósitos, e provocando por sua vez diferentes efeitos psicológicos no Homem. Estas imagens têm o poder de provocar e de produzir no Homem diversas emoções e consequentemente diferentes reacções e respostas face ao poder e influência das imagens no ser humano.

Segundo Sturken & Cartwright (2009, p. 9), as imagens possuem um poder significativo no dia-a-dia do Homem, influenciando-o na sua forma de pensar, sentir e agir: «*We invest the visual artifacts and images we create and encounter on a daily basis with significant power – for instance, the power to conjure an absent person, the power to calm or incite to action, the power to persuade or mystify, the power to remember*¹³».

De acordo com Vilas-Boas (2010, p. 61) uma imagem tem o poder de fazer com que o Homem tenha a «vontade de olhar» e tenha o «prazer geral de ver» uma imagem, sendo este fenómeno designado por «escopofilia». Assim, uma imagem tem o poder de provocar uma relação positiva ou negativa, uma satisfação emocional e/ou psicológica na pessoa que a observa, e por consequência a imagem irá permanecer de uma forma mais prolongada na consciência e memória da pessoa.

Para Sturken & Cartwright (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 77), «a teoria psicanalítica é a que melhor explica o prazer» que o Homem tem «em ver imagens», relacionando os «desejos» do Homem com o seu «mundo visual», pois este pode «(...) ter relações intensas com as imagens precisamente por causa do poder que elas têm tanto de nos dar prazer como de nos permitir articular os nossos desejos através da observação».

A imagem estabelece assim uma relação muito intensa com o ser humano e vice-versa. Esta possui igualmente o poder de influenciar o Homem, levando-o a desejar e a concretizar os seus desejos em formas materiais, como é o caso da imagem usada em publicidade e em alguns meios de comunicação. Harry Tipper (cit. por Rodrigues, 2012, pp. 278-279) desenvolveu um «conjunto de leis – *the Law of Contiguity, the Law of Sequence, the Law of Feeling Tone e the Law of Fusion*¹⁴», onde segundo Rodrigues a finalidade da primeira lei é a «associação do produto anunciado à necessidade que o

¹³ «Nós investimos em artefactos visuais e criamos imagens que vão ao encontro do nosso dia-a-dia com poder significativo – por exemplo, o poder de evocar uma pessoa ausente, o poder de acalmar ou incitar a agir, o poder de persuadir ou mistificar, o poder de lembrar».

¹⁴ «conjunto de leis – A lei da contiguidade, a lei da sequência, a lei do tom sentimental e a lei da fusão».

mesmo satisfaz», na segunda lei o objectivo é evidenciar a «pertinência de estabelecer em simultâneo um desejo no consumidor», assim como a «solução para o seu preenchimento», a terceira lei tem a finalidade de «recordar a importância da impressão suscitada pelo conjunto de associações criadas», por exemplo «um objecto publicitário positivo e aprazível tem uma eficácia acrescida» e por último, na quarta lei, dá-se a «consumação» do desejo, no qual, segundo Harry Tipper «a escolha e o arranjo formal dos componentes do anúncio influem directamente na sensação final que este transmite». As duas últimas leis, «*The Law of Feeling Tone*» e «*The Law of Fusion*» são «indissociáveis e decisivas na definição do carácter do anúncio».

Segundo Vilas-Boas (2010, p. 62), «cada imagem» possui o poder de colocar «o observador num determinado ponto de vista (que poderá ser fixo ou mutável, consoante o tipo de imagem)». No mundo que rodeia o Homem «as imagens existem para ser vistas» ou são oferecidas ao Homem para este as ver e com isto o ser humano tem a possibilidade de as observar à sua «vontade» sem que seja observado, contribuindo assim para «o apelo dos meios visuais».

Por conseguinte, a imagem possui mais poder, pois esta também tem vindo a substituir a palavra escrita e ganha cada vez mais força, isto porque o Homem ao comunicar através da imagem irá provocar e influenciar os sentidos e expectativas do observador, enquanto que uma mensagem verbal ou escrita pode não ter esse poder.

De acordo com Vilas-Boas (2010, p. 63) o ser humano, por um lado, tem assim a necessidade de «interagir de forma predominantemente visual» com tudo o que o rodeia, e por outro lado, tem a «tendência para consumir imagens onde quer que esteja».

Com isto, uma única imagem tem o poder de ter, servir, provocar e influenciar muitos propósitos, aparecer em diversos contextos e ter diversos significados para diferentes pessoas.

2.9 Produção de significado

Tal como já se afirmou, o mundo em que o ser humano vive está repleto de imagens visuais. A cultura visual tem como base a imagem, e é através desta que o ser humano observa e vê a realidade que existe em seu redor.

Segundo Vilas-Boas (2010, p. 68) a «cultura visual não consiste só no que *vemos*, mas também no que *sabemos*», ou seja, a cultura visual consiste não só nas imagens que o Homem vê mas também depende da cultura, conhecimento do Homem, da história, do contexto em que as imagens estão inseridas e dos gostos, interesses e necessidades do Homem. De acordo com Munari (1968, p. 19) «conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contacto com a realidade; significa ver mais e perceber mais».

O cérebro do Homem produz uma «imagem mental» dos diversos «estímulos visuais» que recebe ao ver diferentes imagens. De acordo com Vilas-Boas (2010, p. 69) a forma como o Homem vê e descodifica uma imagem tem a ver com a «dicotomia» que existe na cultura visual, entre a «forma e conteúdo», onde se «*vê* a forma e se *conhece* o conteúdo». Assim, a cultura visual consegue unir a «forma e conteúdo» remetendo para um âmbito visual, cultural, ou para ambos.

Como consequência, o ser humano ao ver diversas imagens visuais irá representá-las, produzir significado e posteriormente comunicar com o meio envolvente. O significado de uma ou várias imagens nunca é um só. Uma imagem tem o poder de comunicar com o ser humano, de “falar” por si, e de se dirigir a um ou vários observadores, estando por vezes estes «sintonizados» por alguma característica específica da imagem, ou pela cultura identificada, ou pelo mesmo contexto, ou por uma mesma sensação e emoção transmitida e sentida.

De acordo com Vilas-Boas (2010, pp. 73-74) a «produção de significado das imagens» consiste numa relação entre «imagem, contexto e observador».

A «imagem» que contém «informação em bruto», onde o significado «não é intrínseco, mas antes produzido no acto», por sua vez a imagem estabelece uma relação em simultâneo com o «contexto» e com o «observador», com o «contexto», no âmbito «cultural», influenciando a «imagem» e por consequência a «percepção do observador», e por fim, o «observador», onde a produção de significado das imagens se encontra no

âmbito da visão da memória e da emoção do ser humano, e é projectado na «imagem, mas também é instruído por ela».

Segundo Sturken & Cartwright (2009, p. 49) «*images generate meanings*¹⁵», os significados que cada observador identifica em cada imagem que observa resultam de um processo de produção e de interpretação de imagens.

De acordo com Sturken & Cartwright (2009, p. 49) a produção de significado de uma imagem envolve três elementos: «*(I) the codes and conventions that structure the image and that cannot be separated from the content of image; (II) the viewers and how they interpret or experience the image; and (III) the contexts in which an image is exhibited and viewed*¹⁶.»

Para Stuart Hall (cit. por Vilas-Boas, 2010, pp. 72-73) existem três posições prováveis para quando o observador recebe e percebe uma imagem, sendo a «*interpretação dominante/hegemónica*», aquela onde o Homem recebe a «mensagem sem a questionar»; a «*interpretação negociada*» onde o Homem relaciona «uma interpretação pessoal da imagem com a interpretação dominante» e a «*interpretação opositiva*», onde o ser humano assume uma «posição antagónica», quer seja porque está em «desacordo» com a ideologia da imagem ou porque a rejeita e ignora por completo.

Por fim, de acordo com Vilas-Boas (2010, p. 74) pode-se afirmar ainda que o Homem consegue decodificar uma imagem conscientemente e inconscientemente, apelando a «memórias, conhecimento» emoções e cultura, para além de que também consegue interpretar os diferentes significados que estão associados às imagens.

¹⁵ «imagens produzem significados»

¹⁶ «(I) os códigos e convenções que estruturam a imagem e que não podem ser separados do conteúdo da imagem; (II) os observadores e a forma como estes interpretam ou experienciam a imagem; e (III) os contextos em que as imagens são exibidas e observadas».

2.10 Literacia visual

O Homem vive numa sociedade que é constantemente influenciada e gerida por imagens, onde estas são frequentemente a base da comunicação visual. Sendo assim, a literacia visual é fundamental para que o ser humano saiba ler e compreender as imagens.

O ser humano tem a necessidade de ver o que o rodeia e por sua vez dar sentido àquilo que está a ver. A interpretação visual de cada pessoa depende de quem observa, da experiência, cultura e estado emocional da pessoa, da capacidade que esta tem para ler uma imagem, entender e decodificar o que está a observar na imagem e por sua vez propor conclusões sobre o que viu.

Segundo Walker & Chaplin (1997, p. 113), o «conhecimento contextual» de uma imagem é essencial para a sua interpretação e para conhecer o seu significado, pois para estes autores algumas imagens, como por exemplo as fotografias, apesar de terem percepções imediatas e serem consideradas mais universais do que palavras, tal não significa que cada pessoa tenha entendido o seu significado, devido a «códigos, convenções e símbolos» existentes no contexto cultural e histórico, que são requeridos para a leitura de imagens e obras visuais e que por vezes não são do conhecimento do observador, tal como os autores defendem *«Images - particularly photographs - are thought to be easier to assimilate and to be more universal than words (...) There is some truth in this view but it does not automatically follow that just because people can see an image they can understand its meaning. This is because codes, conventions and symbols are used in the making of visual artefacts which may not be familiar to the viewers, and because viewers may lack the contextual - cultural and historical - knowledge that is generally required before the subject and content of an image can be grasped¹⁷»*.

Olhar, ver, decifrar, decodificar, interpretar, dar sentido e concluir são características essenciais da literacia visual.

¹⁷ «Imagens – particularmente fotografias – são mais fáceis de se assimilar e são mais universais que palavras (...) Sob este ponto de vista é verdade, mas tal não significa que só porque as pessoas conseguem ver uma imagem consigam entender o seu significado. Isto porque códigos, convenções e símbolos são usados na leitura de artefactos visuais, que podem não ser conhecidos dos observadores, e porque aos observadores pode faltar o conhecimento contextual – cultural e histórico que é geralmente requerido antes que o assunto e conteúdo das imagens possa ser apreendido».

Segundo Paul Messaris (cit. por Walker and Chaplin, 1997, p. 114) em literacia visual «(...) the ability to see and understand images (...)»¹⁸ não requer tanto ensinamento quanto ler e escrever, ainda para Paul Messaris (cit. por Vilas-Boas, 2010, pp. 77-78) existem quatro abordagens fundamentais para a compreensão da literacia visual e para os meios visuais que rodeiam o Homem. São eles: «a literacia visual é geralmente considerada como sendo um pré-requisito para a compreensão dos meios visuais; paradoxalmente, ela é normalmente adquirida através da exposição cumulativa aos meios visuais; acredita-se que a melhoria da literacia visual aumente as capacidades cognitivas gerais das crianças, ajudando-as assim a resolver outras tarefas intelectuais». Também o facto de se «melhorar a literacia visual deveria aumentar a compreensão dos alunos sobre os mecanismos de manipulação mental e emocional através dos meios visuais, tornando-os assim mais resistentes ao poder persuasivo da propaganda política e da publicidade comercial» e, por fim, «melhorar a literacia visual deveria aprofundar a apreciação estética; apesar de o conhecimento de como certos efeitos visuais são conseguidos poder dispersar o seu mistério, tal conhecimento é claramente essencial se se deseja avaliar a habilidade artística envolvida».

Posto isto, de acordo com Elkins (2008, p. 100) para o Homem viver numa era considerada visual é essencial que consiga ver os elementos visuais que o rodeiam, porque estes têm o poder de influenciar psicologicamente e emocionalmente o ser humano, assim a literacia visual, confere a capacidade de entender, usar, pensar, aprender e expressar-se em termos de imagens.

¹⁸ «(...) a habilidade para ver e compreender imagens (...)».

2.11 A imagem e a semiótica

Em cultura visual a semiótica é considerada, segundo Vilas-Boas (2010, p. 12) uma das «modalidades de análise de artefactos visuais». De acordo com o autor (2010, pp. 16-17), a semiótica «estuda a vida de todos os signos visuais na sociedade, assumindo que qualquer processo comunicacional ou experiência de significado envolve signos», sendo que os signos são os «elementos» principais que estruturam a «comunicação visual».

Posto isto, remetendo às origens da semiótica, segundo Joly (2007, p. 31) esta surgiu no «início do século XX» e os seus antepassados remontam para a «Antiguidade grega». De acordo com Joly (2007, p. 32) etimologicamente o termo semiótica é construído a «partir da palavra grega *semeion*, que significa signo». Os «Antigos consideravam» igualmente a «linguagem como uma categoria de signos, ou de símbolos, que serviam para os homens comunicarem entre si». Posto isto, «o conceito de signo» considera «algo que é percebido – cores, calor, formas, sons – e a que atribuímos uma significação». Assim, de acordo com Joly a semiótica serve para «estudar os diferentes tipos de signos» que o Homem vê e interpreta diariamente.

Os fundadores da semiótica foram Ferdinand de Saussure e Charles Sanders Peirce.

Para Saussure um signo possui uma relação intrínseca entre significante e significado, pois como explica Joly (2007, p. 33) Saussure estudou a «natureza do signo linguístico» e descreveu-o como sendo uma «entidade psíquica com duas faces indissociáveis, ligando um significante (os sons) a um significado (o conceito)». Já para Peirce um signo é considerado algo que designa uma outra coisa para alguém, pois tal como afirmou (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 17) «um signo é qualquer coisa que substitui algo, sob qualquer relação ou a qualquer título», ou seja, para Peirce nenhum signo pode ser apreendido sem ser interpretado.

Peirce (cit. por Joly, 2007, p. 36) propõe assim que um signo mantém uma relação entre «três pólos». Esta relação divide-se então entre «a face perceptível do signo – *representamen* ou significante; aquilo que representa: objecto ou referente; e aquilo que significa: *interpretante* ou significado» (Figura 13).

Para Humberto Eco (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 17) «tudo» é considerado «como signo». Segundo Vilas-Boas (2010, p. 17) quando o Homem fala de signos não se refere «só àqueles criados pelo Homem» mas refere-se também aos signos que «a Natureza gerou, porque todos possuem uma carga significativa».

De acordo com Joly (2007, p. 35) um signo tem uma «materialidade» da qual o Homem consegue aperceber-se através dos seus cinco sentidos, conseguindo assim ver o signo «um objecto, uma cor, um gesto», consegue ouvi-lo através da «linguagem articulada, grito, música, ruído», consegue cheirar através de «diversos odores: perfume, fumo», e por fim, também consegue «tocá-lo ou saboreá-lo».

O facto de o ser humano conseguir aperceber-se desta materialidade só demonstra a «particularidade essencial do signo», ou seja, estar «presente, para designar ou significar outra coisa ausente».

Assim, o Homem consegue observar no mundo que o rodeia que «tudo pode ser um signo a partir do momento em que daí se deduza uma significação», a qual provém da «cultura» do Homem, bem como do «contexto», onde o signo está inserido.

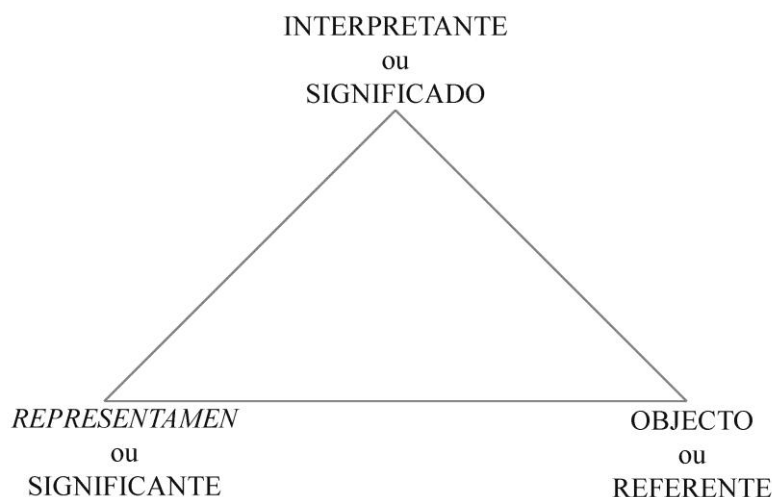


Fig. 13 – Esquema representativo da relação que o signo possui, segundo Charles Peirce.
Fonte: JOLY, M. (2007).

2.12 A imagem como signo

Segundo Joly (2007, pp. 42-43) «uma imagem é algo que se assemelha a qualquer outra coisa», e pode ser «concreta» ou «mental». Somente a sua característica de «semelhança» lhe permite ser definida. Esta característica de «semelhança» define a imagem como sendo uma «representação», pois se a imagem se assemelha a algo é porque «ela não é essa própria coisa», sendo assim a sua «função» é a de «evocar, a de significar outra coisa que não ela própria». Por consequência, se a «imagem» é percebida como «representação» significa assim que a «imagem é entendida como signo» e pode ser também entendida como «signo analógico», devido à sua característica de semelhança.

Posto isto, Peirce (cit. por Joly, 2007, p. 40-41) classifica a imagem como «uma subcategoria do ícone», em que o «ícone» pertence à «classe dos signos», onde o «significante» contém uma «relação analógica com aquilo que ele representa», sendo assim permissível distinguir os diversos «tipos de ícone», sendo estes a «imagem, o diagrama e a metáfora». A «imagem» agrupa os ícones que «mantêm uma relação de analogia» entre o «significante e o referente», por exemplo uma fotografia possui qualidades específicas do seu «referente», tais como «as formas, cores e proporções que permitem o seu reconhecimento». O «diagrama» usa uma «analogia racional interior ao objecto», por exemplo o diagrama de uma «fotografia» é a sua «imagem». Por fim, a «metáfora» que é um ícone que compara as qualidades entre referentes. Assim, a imagem é considerada como uma «representação visual», pois esta refere-se ao uso da linguagem e imagens para criar um significado sobre o mundo que rodeia o Homem.

De acordo com Joly (2007, p. 42) uma imagem é considerada por vezes como «heterogénea», pois esta aglomera «diferentes categorias de signos», tais como «signos icónicos, analógicos, mas também signos plásticos, como cores, formas, composição interna ou textura, e a maior parte do tempo também signos linguísticos, da linguagem verbal». Assim, é graças a esta interação que o Homem consegue melhor «decifrar o sentido» e significado de uma imagem.

De acordo com Joly (2007, p. 43) a característica de «semelhança» numa imagem é o seu «princípio» essencial de «funcionamento», mas também pode ser considerada como um problema para esta, pois tal como defende «a imagem pode tornar-se perigosa tanto por excesso como por falta de semelhança», ou seja, se a imagem possui uma grande «semelhança» pode provocar no Homem uma confusão em distinguir o que é a imagem e o

que está representado, por outro lado, se uma imagem não possui qualquer carácter de «semelhança» pode causar a «ilegibilidade» da mesma. Posto isto, é devido à semiótica que o ser humano compreende melhor o «uso» da «imagem como ícone, ou seja, como símbolo analógico».

Joly (2007, pp. 43-44) também argumenta que se a «imagem» é compreendida como «signo, como representação analógica», também assim é possível ao Homem distinguir os «diferentes tipos de imagens», existindo as «imagens fabricadas e as imagens manifestas». Segundo a autora, «as imagens fabricadas» são todas as imagens que possuem o carácter *mimesis*, ou seja, «imitam mais ou menos correctamente um modelo ou, como no caso das imagens científicas de síntese, propõem-no». O objectivo essencial destas imagens é o de «imitar» rigorosamente algo, tornando-se por vezes «virtuais» dando assim a sensação «da própria realidade», sem no entanto existirem. Por exemplo, um desenho ou uma ilustração científica do corpo humano. Estas imagens são «análogos perfeitos do real. Ícones perfeitos».

Contrariamente a estas imagens, existem as «imagens manifestas», que de acordo com Joly (2007, p. 44) são imagens que se assemelham sempre «àquilo que representam». Por exemplo, «a fotografia, o vídeo ou o filme» são considerados como «imagens manifestas» pois são «imagens perfeitamente semelhantes», ou seja, «puros ícones».

Também o que distingue as «imagens fabricadas» das «imagens manifestas» não é só o carácter de «imitação» de uma e o carácter de «representação» da outra, respectivamente, mas também o facto de as «imagens fabricadas» antes de serem consideradas «ícones», serem antes de mais consideradas «vestígios» e «indícios», pois as «imagens fabricadas (...) alicerçam o seu poder na convicção no seu aspecto indiciário (...)», por sua vez, as «imagens manifestas» antes de serem consideradas «puros ícones», são consideradas «símbolos», pois para uma imagem ser uma «representação» é necessário que existam convenções para o Homem entender a sua «significação».

É graças assim à semiótica que o ser humano compreende o poder da comunicação através da imagem.

2.13 Diferentes tipos de signos

É útil para o ser humano saber compreender as diferentes imagens e os diferentes tipos de imagens que o rodeiam, para compreender melhor o modo como estas funcionam. Com isto, segundo Joly, (2007, p. 38) o Homem ao deparar-se com as diversas imagens no seu quotidiano irá conhecer o modo de «funcionamento da imagem como signo».

Peirce (cit. por Joly, 2007, pp. 38-39) classifica os signos sob a abordagem de três conceitos, que se distinguem «em função do tipo de relação que existe entre o significante e o referente», sendo eles, o «ícone, o indício ou índice e o símbolo».

O «ícone» (Figura 14) pertence à «classe dos signos cujo significante» possui uma relação de semelhança «com aquilo que ele representa, ou seja, com o seu referente», um exemplo de «ícone» são imagens que representam uma «árvore ou uma casa» estas imagens representam um «ícone na medida em que elas se assemelham a uma árvore ou a uma casa».

O «indício ou índice» (Figura 15) pertence à «classe dos signos» que possui uma «relação causal de contiguidade física com aquilo que eles representam», por exemplo, os «signos naturais», como a «nuvem para a chuva e a pegada deixada por um caminhante na areia».

Por fim, o «símbolo» (Figura 16) pertence à «classe dos signos» que possuem uma «relação de convenção com o seu referente», por exemplo «a linguagem, a pomba da paz e pictogramas» são símbolos convencionais.

Por sua vez, um signo pode ser considerado em simultâneo como ícone, indício e símbolo.

De acordo com Sturken & Cartwright (2009, p. 12) a «representação» refere-se ao uso da linguagem e de imagens com o objectivo de criar significado sobre o mundo que rodeia o ser humano. Posto isto, a imagem sendo considerada como «representação», tal como defende Joly (2007, p. 44) emprega «regras de construção», pois segundo a autora «se estas representações» são entendidas «por outros que não aqueles que as fabricam, é porque existe entre elas um mínimo de convenção sociocultural», ou seja, de acordo com Peirce (cit. por Joly, ibidem) o ser humano atribui significado a uma imagem devido ao seu «aspecto de símbolo».

Assim, tal como defende Joly (2007, p. 44) é graças a esta relação da imagem «entre semelhança, vestígio e convenção», ou seja, «entre ícone, indício e símbolo» que a «semiótica» permitiu ao Homem conhecer e entender a «força da comunicação» através da «imagem».



Fig. 14 – Pintura de René Magritte, *Ceci n'est pas une pipe*, 1928-1929.

Fonte: STURKEN, M., & CARTWRIGHT, L. (2009).



Fig. 15 – Fotografia da autora, 2014.



Fig. 16 – Pictograma Convencional , WC, desenhado pela autora.

2.14 Análise da imagem e as suas funções

A análise de uma ou várias imagens destina-se à forma como o Homem observa, produz, interpreta e divulga a imagem.

De acordo com Bergström (2008, p. 161) a análise da imagem é necessária à comunicação visual e permite reconhecer psicologicamente o Homem que está a observar a imagem, pois tal como defende «*the analyse images (...) says so much about the person doing the analysing*¹⁹».

Segundo Joly (2007, pp. 45-46) o Homem faz uma «leitura natural da imagem» que observa, ou seja, este consegue reconhecer o «conteúdo» da imagem e em simultâneo fazer a sua interpretação. Embora tal não signifique que o Homem observe a imagem e que tenha compreendido o seu significado, pois «percepção e interpretação» são elementos diferentes, tal como defende Joly (2007, p. 46) «(...) reconhecer este ou aquele motivo não significa que se compreenda a mensagem da imagem no seio da qual o motivo pode ter uma significação muito particular, ligada tanto ao seu contexto interno como ao seu aparecimento, às expectativas e aos conhecimentos do receptor».

Também para o ser humano reconhecer o assunto da imagem, é necessário que haja uma «aprendizagem», pois as «mensagens visuais» que se encontram numa ou em várias imagens possuem diversas «diferenças entre a imagem e a realidade» que a imagem supostamente deverá apresentar. Sendo assim, a «aprendizagem» que o Homem faz é considerada de uma forma «natural» na sua cultura.

Segundo Joly (2007, p. 48) «interpretar e analisar uma mensagem» significa «compreender» o significado de «determinada mensagem, em determinadas circunstâncias», no «aqui e agora, sempre tentando destrinçar o que é pessoal do colectivo», sendo assim, fundamental para o Homem saber observar, ler e interpretar uma imagem.

De acordo com Joly (2007, pp. 51-52) quando se avalia uma imagem esta tem o poder de provocar e «preencher funções diferentes» no receptor como por exemplo propiciar ao Homem o «prazer» de compreender uma imagem, de «aumentar os seus conhecimentos, instruir, permitir a leitura ou conceber mais eficazmente mensagens visuais».

¹⁹ «a análise das imagens (...) diz muito sobre a pessoa que está a analisar a imagem».

Também, tal como defende Joly (2007, p. 53) outra função da análise da imagem pode ser considerada a «procura ou a verificação», ou seja, se a «mensagem visual» funciona ou não funciona. Com isto, o observador da imagem possui o poder de «domínio do objecto e das suas significações», sendo essencial para a observação e interpretação de uma imagem.

3

Fotografia

3.1 Breve história da fotografia

Segundo Bauret (1992, p. 19) etimologicamente “fotografia” significa «escrita da luz». De acordo com Walter Benjamin (cit. por Trachtenberg, 2013, p. 219) desde Leonardo DaVinci que se tentava «fixar as imagens na câmara escura». Mais tarde, segundo Bauret (1992, pp. 18-19) «em 1926, Nicéphore Niépce» captou a primeira fotografia, «uma natureza morta», e mais tarde repetiu «a experiência» fotografando «uma paisagem». Niépce descobriu que o «princípio das imagens» é formado na «câmara escura (*camera obscura*)» mas deparou-se com alguns problemas, nomeadamente como é que se dava a nível químico a «fixação da luz» e qual seria o «suporte». Niépce conseguiu resolver estes problemas, tentando «fixar a imagem sobre o vidro e estanho». Ao nível químico, Niépce escolheu o «betume judaico», porém com esta técnica era necessário «manter a pose durante muito tempo». Assim estava conhecido o «princípio da fotografia».

Poucos anos mais tarde, de acordo com Bauret (1992, p. 19), em 1835, foram apresentados os estudos de Daguerre, que «contribuíram para tornar oficial a invenção da fotografia». De certa maneira, obtendo «uma imagem positiva», por outra, encontrando uma «maneira de fixar» a imagem de uma maneira sólida e estável, reduzindo assim «a alguns minutos o tempo de exposição da superfície sensível», chamando a este processo «daguerreótipo». Embora a contribuição de Daguerre tenha sido essencial para a origem da fotografia, existia um problema, «a cada registo fotográfico» apenas correspondia «uma única imagem». Com isto, a «fotografia moderna», ou seja, a «impressão de um número ilimitado de provas positivas a partir de um mesmo *cliché* negativo», só iria ter origem em 1841, com o inglês William Henry Fox Talbot.

Desde esta altura, que se deu atenção mais «sobre a qualidade dos suportes negativos e positivos e sobre os processos químicos» mais apropriados para estes. De acordo com Bauret (1992, p. 19) ao nível químico o «vidro» era «sensibilizado, sucessivamente, através da albumina, do colódio, e, por fim, do nitrato de prata», sendo que o «colódio» tinha um problema, era necessário «expor a chapa» logo após «a sua preparação, ainda húmida», dificultando assim muito a forma de fotografar. Com isto, a «forma de fotografar» bem como os «temas da fotografia» sofreram algumas alterações, pois «qualquer registo fotográfico» teria de ser rigorosamente «premeditado».

Em 1880, tal como afirma Bauret (1992, p. 20) como consequência, surge também um «novo material», a «gelatina», sendo mais maleável e flexível, constituindo «o suporte da

superfície sensível». Em 1888 (ibidem) o americano George Eastman substituiu as «chapas de vidro (...) por um suporte flexível, transparente, montado numa pequena máquina», a que chama de «*Kodak*», assim é a partir de então que a fotografia não só será captada por fotógrafos profissionais como também por «amadores», pois a «*Kodak*» irá ocupar-se dos «processos técnicos», desde a «revelação do filme, até à recarga do aparelho», ou seja, da máquina, seduzindo assim o Homem a «dedicar-se unicamente à imagem», através do *slogan* «Você carrega no botão, nós fazemos o resto!», sendo graças a este *slogan* que surgiu a designação de «instantâneo» como sendo sinónimo de fotografia, isto porque o «tempo de exposição» foi «reduzido a 1/1000 de segundo».

Em 1907 segundo Bauret (ibidem) «os irmãos Lumière» apuraram «um processo *autochrome*», onde as cores puderam ser reproduzidas, e com isto o Homem já podia fotografar quase tudo o que o rodeava.

Como consequência, a área da fotografia diversificou-se, devido «especialmente a novos acessórios ópticos», que permitiram «visualmente recuar ou aproximar o tema a fotografar» sem o fotógrafo ter a «necessidade de se deslocar». Também a «grande angular e a panorâmica» trouxeram alterações «do olhar sobre o mundo, em relação ao campo de visão tradicional do olho humano».

De acordo com Bauret (1992, p. 21) «no horizonte deste fim de século», houve uma grande mudança no mundo da fotografia, passou-se da fotografia «analógica» para a fotografia «digital», onde o «registo fotográfico» possibilita ao Homem a leitura das imagens digitalizadas num «ecrã de televisão» ou de computador. Esta grande mudança afectou o campo da fotografia, modificando não só «todas as formas de mensagem, bem como os diferentes processos de tratamento e de comunicação», como a manipulação de imagens, mas também levou ao aperfeiçoamento das máquinas e das «técnicas de registo fotográfico», tais como o «*zoom*» oferecendo ao amador um melhor «enquadramento» e a «escolha do tempo de exposição e da abertura» do diafragma das máquinas.

De acordo com Serén (2002, p. 29) «(...) através da aparelhagem técnica, a imagem» não só «apresenta a possível realidade existente, como a transcende. Se a lente deturpa, não sendo idêntica à visão do homem, são permitidas distorções de planos, desfoques, silhuetas e outras formas de expressão» que se assemelham «mais do modo» como o ser humano percebe a realidade exterior.

Assim, segundo Bauret (1992, p. 21) a fotografia veio trazer uma relevante contribuição ao «desenvolvimento e à comunicação» visual, pois tal como afirma Serén (2002, p. 29) «a introdução total das imagens fotográficas em todas as áreas da vida social e cultural implica a sua intertextualidade, porque todas as formas culturais onde circula fazem parte do mundo da imagem».

3.2 Contextualização da fotografia

O Homem comunica e expressa-se de diferentes maneiras e através de diversos modos.

De acordo com Bauret (1992, p. 9) cada vez mais nos dias de hoje a fotografia se afirma «como uma forma de expressão, de comunicação e de informação, essencial e específica».

Ainda de acordo com Bauret (1992, p. 9) a fotografia é considerada como sendo uma «essência, plural, importante e interessante» não só como forma de expressão artística mas também como fonte de informação, social, cultural e histórica.

A fotografia possui o poder de seguir o Homem, não só através da captação da própria fotografia como da sua observação, mas também em momentos de lazer e prazer. Esta também tem o poder de evocar e despertar no Homem o seu lado emocional e psicológico, pois uma fotografia consegue despertar sentimentos, recordações e lembranças no ser humano.

Segundo Bauret (1992, p. 10) a fotografia é particularmente «uma linguagem», que é composta das «suas formas e significados», pois ainda que possa ser uma «produção de imagens inocente, casual ou mecânica» é uma forma de expressão e de comunicação visual.

A fotografia tem o poder de ter diferentes linguagens, pois segundo Bauret (1992, p. 11) a fotografia é «plural», isto porque as suas «diferentes abordagens possíveis são igualmente múltiplas», portanto a fotografia possui «diferentes discursos», sendo estes o «discurso estético», no qual o discurso da fotografia possui um «carácter criativo» estudando as suas «formas e a sua evolução», a «sociologia da fotografia» também é considerada como discurso, onde se dá relevância aos diferentes «contextos» da fotografia. Num outro discurso, relacionado com a semiótica, é dada importância à «imagem fotográfica como mensagem, desmontando o processo da comunicação e, em particular, os diferentes tipos de códigos», sendo que todos estes discursos são «complementares».

De acordo com Bauret (1992, p. 11) uma imagem fotográfica «só existe plenamente se for fruída» por um observador que lhe «dê uma interpretação» e por consequência faça uma «recriação» da sua interpretação, assim a fotografia é «olhada e lida» pelo Homem sob diversos contextos, onde uma alteração do «contexto», ambiente onde se encontra inserida a fotografia, tem por vezes, o poder de modificar a interpretação da leitura da mesma.

Posto isto, segundo Soulages (2010, p. 14) a fotografia é «enigmática» e tem o poder de incitar o Homem à reflexão, interrogação, interpretação e inquietude. Tal como afirma o

autor (2010, p. 13) a fotografia tem o poder de trabalhar o «devaneio» e o «inconsciente» do Homem, levando-o «para um outro espaço e um outro tempo» e confrontando-o, ora com a sua «alteridade», ora trazendo-o de volta ao seu «eu». Tal como exemplifica Soulages (2010, pp. 13-14) toda a fotografia «permite interrogar ao mesmo tempo o algures e o aqui, o passado e o presente, o ser e o devir, o imobilismo e o fluxo, o contínuo e o descontínuo, o objecto e o sujeito, a forma e o material, o signo e a imagem».

3.3 A imagem tradicional *versus* a imagem técnica

Uma imagem pretende representar algo ou alguma coisa, num espaço e num tempo interior ou exterior.

Desde a época em que surgiu a fotografia que é permissível ao Homem fazer a distinção entre a imagem tradicional e a imagem técnica. A «imagem tradicional» (Figura 17) é a imagem que é produzida por um pintor ou desenhador, por exemplo, uma pintura, um quadro, um desenho, uma ilustração, enquanto que a «imagem técnica» (Figura 18) é a imagem que é produzida por um fotógrafo, ou por um cineasta, exemplos de imagens técnicas são fotografias e filmes.

Sendo a fotografia considerada como «imagem técnica» para Trachtenberg (2013, p. 188) esta é «única entre todas as artes, devido ao seu processo de registo instantâneo», ou seja, do captar algo ou alguém “naquele preciso momento”. Segundo Trachtenberg (ibidem) a «natureza da imagem registada» de uma forma «tão rápida» é o elemento que caracteriza a imagem como fotográfica, pois «a precisão da definição, sobretudo no registo de pequenos pormenores (...) e a sequência ininterrupta de gradações infinitamente subtis (...)» de cores, correspondem «à mecânica do processo (...)».

De acordo com Flusser (1998, p. 33) uma «imagem técnica» é uma imagem «produzida por aparelhos», onde os «aparelhos são produtos da técnica (...)», estas imagens são consideradas como «produtos indirectos de textos», querendo isto dizer que ao nível histórico as «imagens tradicionais precedem os textos em milhares de anos, e as imagens técnicas sucedem aos textos altamente evoluídos», ou seja, a essência de «as imagens tradicionais» é a de imaginarem o «mundo», enquanto que a essência das «imagens técnicas» é a de imaginarem «textos que concebem imagens» que, por sua vez, «imaginam o mundo», sendo esta característica importante para a sua decodificação.

Por vezes as fotografias técnicas levam o Homem a uma certa confusão, pois segundo Flusser (1998, pp. 33-34) as fotografias técnicas «aparentemente não precisam de ser decifradas», pois supostamente o «significado das imagens técnicas imprime-se de forma automática sobre as suas superfícies, como se fossem impressões digitais (o dedo) é a causa, e a imagem (o impresso) é o efeito», estabelecendo assim uma relação de causa e efeito entre a imagem e o mundo que rodeia o Homem. Com isto, o observador que «vê a imagem técnica parece ver o seu significado, embora indirectamente». Tal com afirma o

autor (1998, pp. 34-35) o «carácter aparentemente não-simbólico, objectivo, das imagens técnicas (...)» faz com que o «observador» confie plenamente nestas.

Assim, a suposta «objectividade das imagens técnicas é ilusória», porque na realidade estas «são tão simbólicas quanto o são todas as imagens», devendo ser entendidas e interpretadas «por quem deseja captar-lhes o significado». Na realidade estas imagens são consideradas como «símbolos extremamente abstractos», pois possuem o poder de «codificar textos em imagens» e quando o observador consegue «decifrá-las» está a restabelecer «os textos que tais imagens significam». O que o ser humano observa quando contempla uma imagem técnica não é a própria realidade, mas «determinados conceitos relativos» à realidade, «a despeito da automaticidade da impressão do mundo sobre a superfície da imagem».

Ainda segundo Flusser (1998, p. 35), nas «imagens técnicas» existe um «canal» que estabelece uma relação natural entre a imagem e o significado, este «canal» é o «aparelho», ou seja, a máquina fotográfica.

Quanto às «imagens tradicionais», estas são facilmente reconhecidas e consideradas como «símbolos».

Assim, segundo Flusser (1998, pp. 35-36) pode-se afirmar que «as imagens técnicas» são «imagens superfícies que transcodificam processos em cenas». São imagens que possuem o elemento essencial da imagem, a «magia», este «fascínio mágico que emana das imagens técnicas é palpável, a qualquer instante (...)», pois o Homem vive cada vez mais «em função de uma tal *magia imagética*», este vivência conhece, valoriza e age, «cada vez mais, em função de tais imagens», não sendo permitido assim ao Homem estabelecer uma relação de semelhança entre a «magia» das imagens tradicionais e das imagens técnicas, pois cada uma possui um fascínio diferente.

De acordo com Flusser (1998, p. 38) «tudo, actualmente, tende para as imagens técnicas (...)», pois «qualquer acto científico, artístico e político visa eternizar-se em imagem técnica, visa ser fotografado, filmado, videografado».

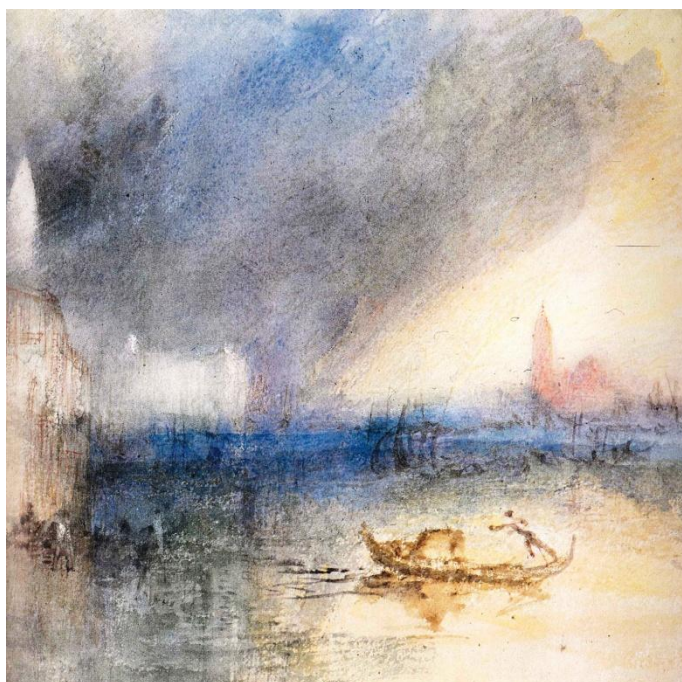


Fig. 17 – Aguarela de Joseph William Turner, 218x319 mm
Vista da baía de São Marcos, 1775 - 1851.
 Fonte: PIGNATTI, T. (1981).

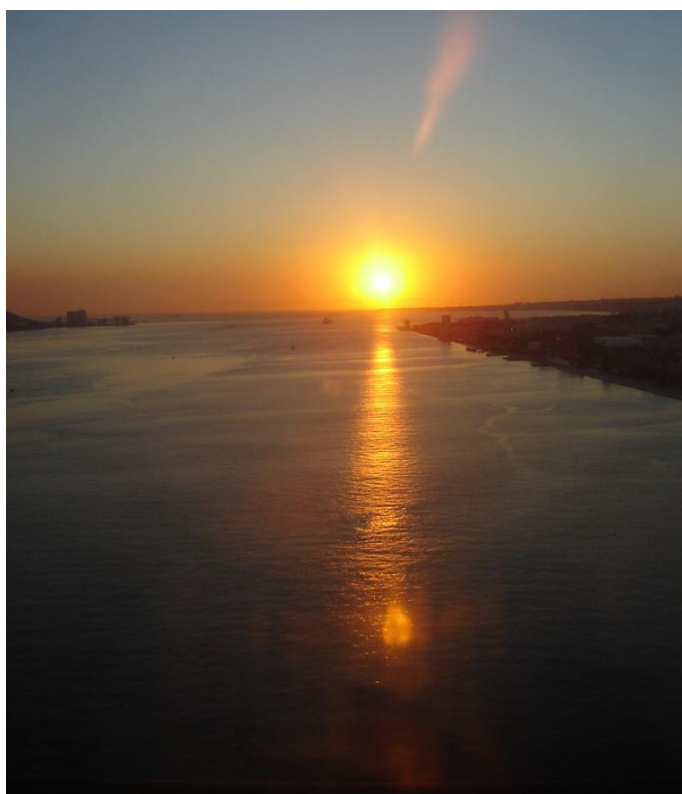


Fig. 18 – Fotografia da autora, 2014.

3.4 Três elementos essenciais da fotografia: luz, suporte e formato

A fotografia tem uma influência decisiva em todos os momentos da vida do Homem.

Segundo Trachtenberg (2013, p. 188) a natureza da imagem fotográfica é mais parecida com a de um «mosaico» do que a de uma «pintura ou desenho», isto porque a fotografia «não contém linhas, no sentido do pintor, mas é inteiramente constituída por minúsculas partículas». A distinta «pureza destas partículas dá à imagem uma tensão especial, e quando essa tensão é destruída», ou por uma «ampliação» da imagem ou pela «impressão numa superfície irregular», a «integridade da fotografia é destruída».

De acordo com Bauret (1992, p. 15) A «história da fotografia» baseia-se na «evolução de três» elementos «técnicos fundamentais», sendo estes, a «luz, condição essencial da fotografia; a existência de um suporte sobre o qual a imagem se materializa; e os diversos formatos servindo de base à composição dessa mesma imagem».

A «luz» é o elemento primário da fotografia, segundo Bauret (1992, p. 15) «não existe fotografia sem luz (...) a luz é a matéria-prima do fotógrafo». A «luz» pode ser «natural», que se encontra no meio ambiente ou «artificial», que é produzida em «estúdio», onde o fotógrafo tenta encontrar «o modelo natural».

De acordo com Bauret (1992, pp. 16-17) o «suporte fotográfico» tem vindo a evoluir constantemente, primeiro na «sensibilidade das chapas», posteriormente nas películas, e foi evoluindo até aos dias de hoje, quando o Homem possui diversos suportes digitais.

Existem «dois tipos de suportes», constituindo assim a singularidade da fotografia, são eles, «o negativo» e «o positivo», os quais são tratados de formas diferentes, sendo a «superfície sensível sobre a qual se fixa a imagem, em negativo ou em positivo, e a transposição dessa mesma imagem sobre papel, pelo processo de impressão».

O papel é outro suporte fotográfico. Embora o «fotógrafo» disponha de uma «infinitude de meios, nenhum deles» pode ser considerado de «universal», sendo isto «mais válido para as fotografias a cores», que necessitam de «mais elementos químicos do que o preto e o branco», embora para Trachtenberg (2013, p. 188) «só uma superfície suave e lustrosa pode reproduzir de modo satisfatório a clareza radiosa da imagem fotográfica».

Actualmente, de acordo com Bauret (1992, p. 17), com o avanço da tecnologia, há quem opte por «neutralizar completamente os efeitos técnicos, preocupando-se» principalmente em procurar «um suporte sem qualquer influência, quer se trate do preto e branco ou da

cor», enquanto que outros, contrariamente, optam por aumentar «o grão de determinadas películas».

Por fim, o «formato» de uma fotografia acaba por ser a sua largura *versus* a sua altura, em fotografia, o formato mais frequente é o «24x36», que tem origem no cinema. Este é o formato mais usual em fotografia, embora cada pessoa «encontre o seu tema ideal», ou seja, cada pessoa escolhe captar uma fotografia no formato que achar mais adequado.

3.5 Fotografia: uma questão de cor

Segundo Bauret (1992, p. 81) uma fotografia a preto e branco é uma fotografia que transmite uma «mensagem visual diferente; marca não apenas a pertença do fotógrafo a uma estética, mas também a afirmação de um ponto de vista, de um pensamento, por oposição a um simples testemunho», sendo pois uma forma de expressão (Figura 19).

De acordo com Bauret (1992, p. 82) o preto e o branco numa fotografia «constitui uma abstracção» oferecendo ao Homem uma maior «liberdade» de imaginação, interpretação, de recordação e lembrança.

Para Flusser (1998, p. 58) o preto e o branco numa fotografia são «situações ideais», são «situações-limite», isto porque o «branco é a presença total de todas as vibrações luminosas» e o «preto é a ausência total», sendo assim, ambos «conceitos que fazem parte de uma determinada teoria da óptica».

Ainda segundo Flusser (1998, p. 58) as fotografias a preto e branco «imaginam» certos «conceitos de determinada teoria». Ao transcodificarem «determinadas teorias (...) em imagens», transformam assim, «os seus conceitos em cenas». Assim, «as fotografias a preto e branco são a magia do pensamento teórico, conceptual, e é precisamente nisto que reside o seu fascínio», revelando a «beleza do pensamento conceptual abstracto». É por esta razão que «muitos fotógrafos preferem fotografar a preto e branco», isto porque estas fotografias apresentam «o verdadeiro significado dos símbolos fotográficos: o universo dos conceitos».

Flusser (1998, p. 60) também considera que as fotografias a preto e branco são mais «verdadeiras», mostrando mais facilmente a sua essência, isto porque o ser humano ao observar uma fotografia a preto e branco tenta e consegue «transcodificar» uma «série» de «conceitos» em imagem. À semelhança da fotografia a preto e branco, também a fotografia a cores possui o seu significado. Segundo Bauret (1992, p. 80) «há cerca de meio século», é que a «cor começou a ser verdadeiramente utilizada», sendo considerada pois muito recente a sua empregabilidade numa fotografia.

De acordo ainda com Bauret (1992, p. 81) desde o «início dos anos setenta», que a «indústria fotográfica, tanto o mercado dos amadores como o dos profissionais», ou seja, «a comunicação visual no seu conjunto (...)», aposta maioritariamente na cor.

Segundo o autor «o aperfeiçoamento do processo» da cor numa fotografia, forneceu a esta uma relação com a realidade, contribuindo para «estreitar os laços da fotografia com o

realismo», e por consequência, tornando assim a fotografia «mais transparente» (Figura 20).

Tanto a fotografia a cores como a fotografia a preto e branco são duas formas de expressão distintas com finalidades diferentes, sem estabelecerem qualquer relação, pois tal como afirma o fotógrafo norte-americano Weston (cit. por Bauret, 1992, p. 82) «é idiota afirmar que a cor vai matar o preto e branco. São dois meios diferentes, com objectivos diferentes. Não podem fazer concorrência um ao outro em nada».

Tanto a fotografia a cores como a fotografia a preto e branco são, segundo Bauret (1992, pp. 82-83) «(...) duas visões fotográficas, dois modos de pensamento e de expressão muito diferentes». A cor numa fotografia tem o poder de aproximar «demasiado a fotografia da realidade» e «(...) ser associada a uma verdadeira expressão pessoal e artística», conferindo «à cena um pouco mais de verosimilhança».

Para Bauret (1992, p. 83) uma fotografia a cores é, portanto, não só usar a cor, «atribuir à cor o papel primacial, até mesmo exclusivo, mas é sobretudo pensar a cores, reagir a elementos da realidade única e puramente coloridos». É pois, «imaginar uma imagem que não pode existir senão a cores e que só tem interesse a cores», tornando-se assim «a matéria-prima da imagem», conferindo-lhe a sua «dimensão». Quer seja a «fotografia naturalista», mostrando o que «o olho vê», ou quer seja «produto da imaginação – uma relação de cores que só existe na imagem», seja ela «figurativa ou abstracta».

Também para Flusser (1998, p. 60) tanto as fotografias a cores como os «elementos» que constituem a «imagem» são «conceitos transcódificados que pretendem ser impressões automáticas do mundo lá fora».



Fig. 19 – Fotografia de uma floresta a preto e branco, de Robert Rodriguez Jr., 2012.
Fonte: RODRIGUEZ, R., JR. (2012).



Fig. 20 - Fotografia de uma floresta a cores, de Robert Rodriguez Jr., 2012.
Fonte: RODRIGUEZ, R., JR. (2012).

3.6 A fotografia: plural e singular

Até há bem pouco tempo, a fotografia era a arte de fixar e reproduzir, por meio de reacções químicas, em superfícies convenientemente preparadas, as imagens recolhidas no fundo de uma câmara escura. Este tipo de fotografia veio sendo substituído pela fotografia digital. Este tipo de fotografia realiza-se mediante uma câmara fotográfica digital, que utiliza, em vez de uma película sensível, um dispositivo que converte a imagem sobre ele formada em informação digital e que pode ser armazenada numa memória electrónica.

Posto isto, segundo Bauret (1992, p. 113) a «fotografia» é «uma linguagem, mas uma linguagem que tem várias formas e várias aplicações». Pode-se considerar que a «diversidade» da fotografia é semelhante à «diversidade» que existe na «palavra». As suas práticas são diferentes, pois estas «não tratam a realidade da mesma maneira», sendo também diferente o seu «estatuto social» e, por consequência, «aqueles a quem se dirigem», pois por exemplo, a fotografia de um «artista» e o trabalho de um «fotógrafo» é poder ser completamente diferente da fotografia e do trabalho de um «repórter».

Com isto, é possível ao Homem observar a pluralidade da fotografia, pois a «linguagem da fotografia» apropria-se de «múltiplas» formas. A fotografia ao ser observada pelo Homem possibilita assim, que este faça «diferentes leituras que se sobrepõem, que se conjugam e que, aliás, nem sempre foram pensadas pelo seu autor». Quando a fotografia se liberta do seu autor, liberta-se também «do seu contexto de origem», estando assim «aberta a múltiplas interpretações». Assim, a «uma mesma imagem corresponde uma pluralidade de aproximações (...)».

De acordo ainda com Bauret (1992, p. 113-114) devido à pluralidade de interpretações e por vezes de significados que a imagem fotográfica pode oferecer ao seu observador, por vezes este acaba por se “esquecer” da «singularidade da fotografia», da sua «originalidade».

Segundo Bauret (1992, p. 114) a fotografia tem a particularidade de captar certos «aspectos da vida» do ser humano e «determinadas realidades do mundo», tendo assim «uma maneira, só dela, de fazer parar o tempo, sugerindo, por vezes, o antes e o depois do instante decisivo», tem pois, a singularidade de «fixar um movimento, um gesto, um olhar, que pode ser o equivalente a uma luz na paisagem, e de descobrir na realidade um equilíbrio, uma harmonia apenas perceptível (...)», sendo assim uma forma de «valorizar um pormenor essencial ou banal», em situações que por vezes são inexplicáveis.

Segundo Bauret (1992, p. 114), Roland Barthes em «*A Câmara Clara*» estabelece uma «descoberta de determinadas características muito particulares» da fotografia que se representam pelos seus «actos» e pela sua «compreensão».

Barthes (cit. por Bauret, 1992, p. 114) separa em determinadas «imagens», a prática do «*punctum*», isto é, «aquilo que ele vê – e que pode ser o único a ver – com obstinação, um pormenor de que não consegue afastar-se e que memoriza, por vezes, inconscientemente, sem chegar a saber porquê», pois para Barthes (2010, p. 65) o «*punctum*» também é considerado «suplemento; é aquilo» que o autor acrescenta à fotografia, e que, no entanto, «já» se encontra presente nesta.

Para além do «*punctum*» também existe a «emoção», pois tal como afirma Barthes (cit. por Bauret, 1992, p. 114) «existe a emoção que só a imagem fotográfica sabe produzir, ao mostrar uma pessoa, um sítio, uma coisa que já mudou ou que já desapareceu», isto porque segundo Barthes (cit. por Bauret, 1992, pp. 114-115) o Homem associa «mais ou menos, confusamente» a fotografia «à ideia de morte».

Também para Koetzle (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 116) «a imagem fotográfica convencional – enquanto “vitória da abstracção” – é única na sua capacidade de se enraizar» na «memória» do Homem e «produzir algo semelhante a uma recordação».

Assim, tal como argumenta Bauret (1992, p. 115) a fotografia tem o poder de apresentar «coisas que só ela é a única a poder mostrar», apresentando-se assim como sendo uma «arte diferente», tal como reflecte Walter Benjamin (cit. por Bauret, 1992, p. 115) «esgotámo-nos em vãs subtilezas para dirimir se a fotografia é ou não uma arte, mas não nos perguntámos primeiro se esta invenção não transformava o carácter geral da arte».

De acordo ainda com Bauret (1992, p. 115) é improvável captar «uma boa fotografia por acaso», isto porque os «hábitos culturais», como por exemplo, o «enquadramento» e as «experiências» do «fotógrafo» levam-no «à elaboração» de uma forma «mais ou menos consciente de um sistema de percepção e de representação», também porque ou a «fotografia» é considerada uma «aventura», permitindo assim uma maior exploração do inesperado, ou o «fotógrafo constrói um universo totalmente premeditado», onde todas as intervenções são cuidadas ao pormenor, apesar de nunca se deixar de cultivar sempre o espírito de «aventura» quer num meio, quer noutro.

Ainda de acordo com Bauret (1992, p. 115) isto significa que a fotografia também é «singular», pois não só tem o poder de alterar a sua «noção de arte» como também está «estritamente regulada para um modo de vida próprio do criador».

Para Soulages (2010, pp. 128-129) a fotografia é a única das artes que apresenta o conceito de «fotograficidade», ou seja, segundo o autor, o «que é fotográfico na fotografia», assim a «fotograficidade» é designada pela «propriedade abstracta que faz a singularidade do facto fotográfico».

3.7 Análise de uma fotografia

Segundo Joly (2007, p. 146) é graças à «revelação e análise de uma fotografia», que é possível ao Homem questionar-se acerca da «complexidade» e da «especificidade da imagem fotográfica em relação às outras imagens», ou seja, as imagens tradicionais, e sobretudo, questionar-se acerca da «sua relação com a realidade».

De acordo com Barthes (cit. por Joly, 2007, p. 147), para se fazer a análise de uma fotografia e perceber-se o «segredo» da particularidade desta é necessário ter em conta três «práticas» que também são, em simultâneo, três intenções e três emoções, «o fazer», «o olhar» e «o sentir» ou experimentar, pois tal como defende Barthes (2010, p. 17), «(...) uma foto pode ser o objecto de três práticas (ou de três emoções, ou de três intenções): fazer, experimentar, olhar». Segundo Joly (2007, p. 147) o «fazer» que pertence ao «operator» e que tal, como defende Barthes (2010, p. 17) se destina assim ao «fotógrafo», ou seja, o fotógrafo é o operador.

De acordo com Joly (2007, p. 147) «o olhar que diz respeito ao *spectator*», e por fim, «o sentir», experienciar, que se destina ao «*spectrum*», sendo para Barthes (2010, p. 17) «(...) aquele ou aquilo que é fotografado, é o alvo, o referente, uma espécie de pequeno simulacro, de *eidôlon* emitido pelo objecto, a que poderia muito bem chamar-se o *spectrum* da fotografia (...)», ou seja, segundo Séren (2002, p. 93) «a experiência do sujeito olhado e a do sujeito que olha», onde o espectador é o próprio Homem.

Segundo Joly (2007, p. 147) estas «três práticas podem ser exercidas alternadamente (...)». Para a autora a prática de «fazer», diz respeito, ao facto de se «fazer» uma fotografia e de a «revelar», ou seja, corresponde ao «acto de fotografar» sendo este é «obrigatoriamente o resultado de um encontro, de uma copresença entre aquele que fotografa e aquele que é fotografado», para além de que «este encontro» realiza-se «num momento único e instantâneo».

Ainda para Joly (ibidem) o fotógrafo «encontra-se obrigatoriamente perante o seu modelo» ou assunto, onde a «imagem está automaticamente terminada no próprio momento do disparo», tal como defende Cartier-Bresson (cit. por Joly, 2007, p. 147) «esse momento decisivo», tornando assim, por consequência, a unicidade da imagem.

Segundo Joly (2007, p. 148) «o carácter único deste encontro» constitui uma «atitude específica face ao mundo, às coisas, ao tempo e ao espaço», onde o «carácter de registo mecânico» do meio envolvente forma assim o «acto fotográfico». O «acto fotográfico»

apresenta «duas consequências principais», sendo estas o facto de a fotografia ser considerada, «desde a sua aparição, como uma cópia perfeita do real, uma *mimesis* perfeita», e o facto de o acto de fotografar ser considerado de «testemunho utilizável», por exemplo, é considerado testemunho quando fotografa «pessoas».

Tal como argumenta a autora também o «carácter único e instantâneo do encontro fotográfico» se dá no instante em que a «fotografia é tirada». Após este «encontro», Joly afirma ainda que, «no próprio instante em que a fotografia é tirada o objecto ou a pessoa desaparecem».

Para Joly (2007, p. 150) a fotografia é tão particular que é possível fazer-se «uma distinção entre a presença da fotografia», ou seja, a sua existência, «(...) e a ausência daquilo que ela representa, uma reflexão sobre o tempo e, mais particularmente, sobre o passado».

Com isto, Barthes (cit. por Joly, 2007, p. 150) reflecte sobre o que o fascina na «contemplação de determinadas fotografias», tornando estas «diferentes das outras imagens», sendo assim, a «dupla conjugação de realidade e de passado que ela propõe – aquilo que representa esteve ali. É aquilo que Barthes (2010, p. 126) designou de «isto foi».

Por outro lado, de acordo com Joly (2007, p. 151) «se este real aconteceu, é porque já não existe e a fotografia torna-se então o próprio sinal» de que o ser humano é mortal, isto leva assim a um novo elemento de contemplação, «o do laço da fotografia com a morte». Segundo Barthes (2010, p. 17) é por esta razão que ao reflectir sobre o «sentir» da fotografia este se destina ao «*spectrum*», pois a partir do instante em que se tira uma fotografia a pessoa «torna-se num espectro, numa sombra».

Deste modo, para Joly (2007, p. 152) é possível compreender a essência da fotografia, a sua verdade e o facto de esta ser «louca e alucinatória», desencadeando «todo o tipo de imaginação».

3.8 O poder da fotografia

Segundo Bauret (1992, p. 84) a fotografia não se resume simplesmente a uma «questão de forma» nem apenas a um «modo de olhar», embora o «olhar» seja o sentido essencial do acto de fotografar. Acima de qualquer arte, a fotografia «é a expressão da vida», pois tem o poder de ampliar «o sentimento da vida, as emoções, as sensações, as obsessões que provoca» ao ser observada pelo Homem.

De acordo com Soulages (2010, p. 346) uma fotografia não é apenas uma «prova», mas um «vestígio do objecto» que vem a ser ou que já foi fotografado. A fotografia tem o poder de articular em simultâneo «dois enigmas, o do objecto e o do sujeito». É por esta razão que a fotografia se torna tão interessante, pois ela tem o poder de não fornecer «uma resposta», mas de colocar e de impor «esse enigma dos enigmas», fazendo com que «o receptor passe de desejo de real a uma abertura para o imaginário», ou seja, de um «sentido a uma interrogação sobre o sentido, de uma certeza a uma preocupação, de uma solução a um problema». Assim a «própria fotografia» é considerada um «enigma», pois tem o poder de influenciar e incitar o «receptor a interpretar, a questionar, a criticar (...) a criar e a pensar (...)».

A fotografia é «antidogmática», pois incita à «interrogação sobre a existência e sobre o tempo, sobre a matéria e sobre a imagem». Assim uma fotografia tem sempre o poder de oferecer algo ao observador. Tal como uma imagem, a fotografia tem o poder de “falar” por si só, isto porque uma fotografia, antes de mais é uma imagem, mais propriamente uma imagem técnica.

Segundo Soulages (2010, p. 346) «(...) a arte fotográfica cria obras que só podem (...) sensibilizar (e) comover» o Homem, tendo o poder de «desestabilizar e de abalar» o estado emocional do Homem, de “agitar as suas ideias”, quer sejam estas positivas ou negativas. Deste modo, a fotografia traz a vantagem de enriquecer ao nível conceptual e emocional o Homem, pois a fotografia é «uma fonte de surpresa», ela faz com que o Homem pense, imagine, sonhe e veja, incitando-o a «filosofar», a reflectir e a compreender.

De acordo com Soulages (2010, p. 347), a essência da fotografia é imensa, de uma maneira a «fotografia pertence à esfera de uma estética do fragmento, do dividido e do parcelar, (...) de uma estética do ponto de vista, do particular e do singular», sendo que assim a fotografia é gerida pelo «irreversível» e pela «finitude», por outra maneira, «em relação ao inacabável, o infinito entra na arte fotográfica e instala numa outra perspectiva» as

respectivas «estéticas do irreversível, da determinação, da limitação e da finitude», sendo estas as estéticas do «”ao mesmo tempo”», ou seja, uma fotografia tem o poder de num «mesmo negativo» gerar «uma infinidade» de fotografias «diferentes», igualmente, uma mesma fotografia também tem o poder de ser «apresentada e actualizada numa infinidade de contextos diferentes».

Assim, a fotografia é uma «obra aberta», que tem o poder de incitar o Homem a diversas reflexões e interpretações.

3.9 O olhar e a sua importância

A visão é um dos cinco sentidos que o ser humano possui e é considerado o sentido mais importante para a cultura visual e por consequência para os seres visuais. É através da visão que o Homem consegue olhar o mundo que o rodeia e consegue ver e interpretar a realidade material. Segundo Vilas-Boas (2010, p. 90) o «acto de olhar» é fundamental e muito importante no «contexto da cultura visual», pois é considerado como um «meio primitivo e universal de comunicação (...)». De acordo com Vilas-Boas (2010, pp. 90-91) o «acto de olhar» é constituído por «uma série de implicações e conotações que são relevantes no estudo das mensagens visuais e do tipo de cultura em que estas se inserem».

Tal como defende o autor (2010, pp. 87-88), pode-se afirmar que existem duas abordagens de olhares nas imagens, especialmente em imagens fotográficas, sendo estes os «olhares domesticados» e os «olhares rebeldes». Para o autor «os olhares domesticados» são o tipo de olhar que existe numa imagem, quando esta pretende «cativar» o Homem, de modo a «oferecer contemplação» ou de convencer o Homem de algo. Segundo o autor, «olhares domesticados» são olhares que não interrogam o ser humano, sendo «inócuos na sua passividade e esvaziados de emoções negativas». São o tipo de olhar que transmite ao Homem «de uma forma imediata e inequívoca a segurança» e de este ser «bem tratado». Com isto, «o olhar domesticado» não atrapalha a «condição de *voyeurs*» no Homem, ou seja, não perturba o prazer que este tem em olhar para uma imagem sem ser visto.

Ainda de acordo com Vilas-Boas (2010, p. 89) contrariamente, o «olhar rebelde», é um tipo de olhar o qual se consolida pela sua «individualidade» questionando «frontalmente» a «condição de observador» no ser humano. Com isto, poderá surgir «um profundo incómodo ou um intenso fascínio» por este tipo de olhar. Um «olhar rebelde» é um olhar que «não se importa com» o que o Homem pensa acerca dele, sendo assim, um «olhar imperativo», «que se impõem sobre» o ser humano «vigilantemente».

De acordo com Vilas-Boas (2010, p. 90) o «acto de olhar» nunca é ingénuo, quer seja pela «parte do observador», quer pela parte «dos representados». Segundo Berger (1972, pp. 12-13) o Homem apenas vê aquilo que olha, pois para este «ver é um acto voluntário». Como consequência, «aquilo» que o Homem vê fica ao seu «alcance».

De acordo com o autor o ser humano «nunca» olha «para uma só coisa de cada vez», pois este está constantemente «a ver a relação entre coisas» e ele próprio, estabelecendo assim uma relação intrínseca entre este e o mundo que o rodeia. Afirma que (1972, p. 13) «a

visão» do Homem «está em constante actividade, sempre em movimento, sempre captando coisas num círculo à sua volta, constituindo aquilo» que é considerado «presente».

O ser humano apercebe-se que «depois de se adquirir a faculdade de ver», este também pode ser visto, assim, segundo Berger (ibidem) «Os olhos do outro combinam-se com os nossos para tornar completamente crível que fazemos parte do mundo visível» e vice-versa, de modo a existir assim uma «natureza recíproca da visão».

Também como defende Flusser (1998, p. 28) «as imagens oferecem aos seus receptores um espaço interpretativo», no qual o Homem ao olhá-las irá estabelecer «relações temporais entre os elementos da imagem», segundo o autor «um elemento» da imagem é «visto após o outro», e «o olhar reconstitui a dimensão do tempo».

Tal como Berger, assim Flusser (1998, p. 28) defende também que «o vaguear do olhar é circular», pois este «tende a voltar para contemplar elementos já vistos», deste modo o «antes» torna-se «depois» e vice-versa. «O tempo» traçado «pelo olhar» do Homem sobre uma imagem é considerado o «tempo de retorno», pois como afirma Flusser (ibidem) «o olhar» do ser humano «diacroniza a sincronidade imagética por ciclos» ou seja, o olhar do ser humano ao «circular» pela imagem «tende a voltar sempre para os elementos preferenciais» que observou, ou porque estes lhe despertaram sensações positivas ou negativas, ou porque lhe despertaram certas memórias, ou pelo simples facto de que este prefere por qualquer razão um elemento a outro na imagem.

Assim, «o olhar» estabelece «relações significativas», pois estes «elementos passam a ser» importantes para o Homem, sendo «portadores preferenciais do significado». Assim, segundo Bauret (1992, p. 77) é «através da sensibilidade do olhar», que se «exprime» a «sensibilidade do espírito».

3.10 O ponto de vista

Segundo Joly (2007, p. 109) a «escolha» do ponto de vista é fundamental e «determinante», isto porque «reforça ou contradiz a impressão de realidade que está ligada ao suporte fotográfico». Para Bauret (1992, p. 43) a escolha «do ponto de vista», que posteriormente se materializa «pelo enquadramento» estabelece uma relação «com uma certa subjectividade». É, pois permissível observar esta relação através do «olhar que participa na delimitação de um determinado campo visual, e, por consequência, na constituição de uma realidade própria do fotógrafo».

A fotografia não só é «um fragmento do espaço», como também é «expressão de um lapso no tempo». Quando o Homem toma a decisão de «disparar, ou seja, de mostrar esta ou aquela coisa num determinado instante», está a determinar e a captar naquele preciso momento um ponto de vista.

De acordo com Bauret (ibidem) por vezes a fotografia estabelece uma relação de ligação entre «o ponto de vista, no sentido próprio», com «o ponto de vista no sentido figurado», isto porque, por exemplo, a fotografia apresenta não só o ponto de vista intencional do fotógrafo, aquele que seguidamente leva o observador a observar o enquadramento da fotografia, mas também pode apresentar, por vezes, um ponto de vista «figurado», com o objectivo de apresentar uma certa realidade, na qual pode ser «instrumento de denúncia» cultural, «social» ou «política» e, que pode ser ou não intencional.

Para Flusser (1998, p. 49) o ponto de vista é uma das características essenciais no «gesto de fotografar» e é considerado por este autor como fazendo parte de um «movimento de caça». Para Flusser (1998, p. 50) o ponto de vista pertence a uma «categoria fotográfica» a qual se inscreve «no lado *output* do aparelho». A «categoria fotográfica» relaciona-se com um «espaço-tempo nitidamente dividido em regiões, que são, todas elas, pontos de vista sobre a caça». Em a «fenomenologia fotográfica», Kant (cit. por Flusser, 1998, p. 50), argumenta que é pois «um espaço-tempo» onde o «centro» é o «objecto fotografável», o qual, segundo Flusser (1998, p. 50) afirma, está «cercado de regiões de pontos de vista», assim, por exemplo, para este autor, «há uma região espacial para visões muito próximas, outra para visões intermediárias, outra ainda para visões amplas e distanciadas (...)». Para Flusser (1998, p. 53) o fotógrafo descobre que o «seu gesto de caçar é um movimento de escolha entre pontos de vista (...)».

Em termos de realismo, de acordo com Bate (2009, p. 37) o ponto de vista de uma fotografia tem o poder de levar o observador a sentir que se encontra presente na própria fotografia: «(...) *there is a sense of immediacy to the scene, I feel as though I was there. I see what I see (...)*»²⁰. No entanto, em termos semióticos, o autor reconhece que esta «estrutura do imediato» é percebida e organizada por códigos de percepção e de reconhecimento que pertencem a um conhecimento cultural, pois tal como afirma «*Where realism sees a similarity of the picture to a real scene, semiotics sees a perceptive difference*»²¹. Com isto, e ainda segundo Bate a «semiótica» relembra que a sensação de o observador se encontrar presente na fotografia é devida a «códigos» estabelecidos e à noção de «geometria e de perspectiva», ou seja, do ponto de vista.

Contrariamente ao realismo, a noção de ponto de vista, segundo Soulages (2010, p. 302), é «correlativa», ou seja, toda a fotografia é «fotografia de um ponto de vista particular ao mesmo tempo no tempo, no espaço e na maneira de envolver o objecto a ser fotografado», ou seja, uma fotografia «fala tanto sobre o ponto de vista que fotografa quanto sobre o objecto a ser fotografado».

Segundo Soulages (2010, p. 302) a «unicidade» do fotógrafo tem por conseguinte a «singularidade do ponto de vista», que tem por dependência a «finitude». Para Ricoeur (cit. por Soulages, ibidem) «a finitude especial da percepção está ligada à noção de ponto de vista». Embora a função do fotógrafo seja imensa, tal como exemplifica Pascal (cit. por Soulages, ibidem) «uma cidade e um campo são, de longe, uma cidade e um campo; mas, à medida que nos aproximamos, são casas, árvores, telhados, folhas, mato (...) até ao infinito». Assim, ainda segundo Soulages (ibidem) o fotógrafo encontra-se dividido entre um «desejo e um dever infinitos» e uma «finitude» entre a «sua criação e percepção».

Deste modo, para o autor (2010, p. 303) «a partir de pontos de vista diferentes» obtêm-se fotografias «diferentes». Também Leibniz (cit. por Soulages, 2010, p. 302) afirma que «cada ponto de vista particular gera sua visão do mundo, a tal ponto que os universos fotográficos produzidos por esses pontos de vista são completamente particulares e diferentes dos outros», sendo que estes «universos fotográficos» são os «universos» dos próprios «artistas» (Figura 21).

²⁰ «(...) há uma sensação de proximidade imediata à cena, eu sinto-me como se estivesse lá. Eu vejo o que vejo (...)».

²¹ «Onde o realismo vê uma semelhança da imagem com uma cena real, a semiótica vê uma diferença perceptiva».

Por fim, Nietzsche (cit. por Soulages, 2010, p. 304) argumenta que «(...) hoje, pelo menos, estamos distanciados da ridícula imodéstia de decretar, a partir de nosso ângulo, que somente dele se pode ter perspectivas. O mundo tornou-se novamente “infinito” para nós: na medida em que não podemos rejeitar a possibilidade de que ele encerre infinitas interpretações», ou seja, a fotografia segundo Soulages (ibidem) é «duplamente a ilustração desse propósito», isto porque ela é em simultâneo um «ponto de vista visual» e por vezes, um «ponto de vista artístico».

Nietzsche (cit. por Soulages, ibidem) estabelece uma ligação entre o «perspectivismo e a interpretação», assim a fotografia deve ser vista em simultâneo sob a condição do fotógrafo, de «criador» bem como na «condição daquele que interpreta» e que por sua vez, «recria». Para o autor «a visão fotográfica permite ter não só uma imagem fixa e precisa do que se pode ver, mas, sobretudo de outros pontos de vista sobre o mundo».



Fig. 21 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010. *Skin*.
Fonte: WEBB, J. (2010).

3.11 Composição

Segundo Joly (2007, p. 112) a «composição, ou geografia da mensagem visual» é um elemento essencial da imagem. A composição é fundamental na «hierarquização da visão, e portanto, na orientação da leitura da imagem». Numa imagem, a «construção é essencial – respeita ou rejeita», por completo, «um certo número de convenções elaboradas ao longo das épocas» e altera consoante «os períodos e os estilos».

De acordo com Bergström (2008, p. 140) a composição numa imagem deverá ir ao encontro do significado da própria imagem: «*the composition must be compatible with the meaning of the picture*²²».

Segundo o autor (ibidem) existem alguns princípios que compõem a imagem e que o fotógrafo necessita de ter em consideração. A atração que a imagem provoca no observador e a sua orientação, são características fundamentais na composição de uma imagem. Para este autor, é fundamental que a imagem desperte a atenção do observador, tal como afirma: «(...) *a selected, dominant element might be more successful in attracting the receiver's eyes as a kind of starting point*²³». Assim como a orientação, onde o fotógrafo deve criar numa imagem uma forma simples, que induza o observador a olhar para determinado elemento da imagem, «*the photographer has to create a clear way into the landscape of the image and there show how and in which order the various elements are to be read*²⁴».

Segundo o autor uma imagem é formada por uma estrutura interna, onde existem elementos que fazem parte da sua composição, «*the symmetry and asymmetry*²⁵». «*The symmetrical composition*²⁶» ou axial compõe uma imagem, transmitindo ao observador uma sensação de harmonia e poder, pois o assunto encontra-se no centro da imagem. Por outro lado, tal como afirma (p. 141) «*the asymmetrical composition*²⁷» numa imagem pode causar a sensação de movimento, isto porque o assunto encontra-se ou mais para o lado direito, ou para o lado esquerdo, ou para cima e/ou para baixo, provocando a sensação de contraste entre espaços vazios e espaços cheios.

²² «a composição deverá ser compatível com o significado da imagem».

²³ «(...) um elemento dominante seleccionado atrai os olhos dos observadores, logo terá maior sucesso como ponto de partida».

²⁴ «o fotógrafo tem de criar um trajecto simples na paisagem da imagem e aí mostrar como e qual a ordem em que os vários elementos devem ser lidos».

²⁵ «a simetria e a assimetria».

²⁶ «a composição simétrica».

²⁷ «a composição assimétrica».

O contraste também é um elemento que compõe a imagem, segundo Bergström (2008, p. 142), a impressão de “movimento” nas imagens é provocada pelos contrastes, atraindo assim o olho do observador. Para este autor, «(...) *size, shape, strength and colour contrasts are the most common (...)*»²⁸ que uma imagem pode apresentar. A composição numa imagem é tanto mais estruturada quanto mais apresentar pares opostos de elementos que contrastem uns com os outros, exemplificando «*the pair of opposites can be: Large/small, Straight/curved; Near/far; Black/white; Dark/light; Heavy/light; Inside/outside; Horizontal/vertical; Positive/negative*»²⁹ (Figura 22).

A luz é outro elemento que faz parte da composição numa imagem. Para Bergström (2008, p. 145) o Homem não consegue ver sem luz e as imagens não podem ser criadas sem luz. A luz é um pré-requisito na imagem e faz parte da sua composição, pois tal, como afirma «(...) *great things can be created with the help of light. Shadows appear and the surface gains in volume, the circle swells into a sphere and the square into a cube*»³⁰. A luz numa imagem também é considerada como base de informação, pois esta tem o poder de informar e de provocar diversas sensações ao observador. Para além, de que, consoante a luz, pode-se criar um ambiente agradável ou menos agradável na imagem.

Estes elementos que estruturam a imagem são fundamentais na sua composição, embora para um fotógrafo pensar em todas estas regras da composição antes de captar um momento torna a fotografia menos original, menos natural, pois tal como afirma Trachtenberg (2013, p. 191) «seguir regras de composição só pode conduzir a uma repetição entediante de *clichés pictóricos*».

Para Trachtenberg (ibidem) «uma boa composição é apenas a maneira mais incisiva de ver o assunto», não podendo «ser ensinada, porque como todo o esforço criativo, é uma questão de crescimento pessoal». O objectivo do fotógrafo é que «a sua obra transmita aos outros a sua resposta pessoal ao assunto», onde o seu maior proveito é «a qualidade directa do processo que emprega». Segundo o autor este proveito só pode ser mantido se o fotógrafo «reduzir o seu equipamento e a sua técnica ao mínimo necessário e manter a sua abordagem livre de quaisquer fórmulas, dogmas artísticos, regras e tabus».

²⁸ «(...) o tamanho, a forma, a força e os contrastes de cores são os mais comuns (...)».

²⁹ «o par de opostos podem ser: Grande/pequeno; Direito/curvo; Perto/longe; Preto/branco; Escuro/claro; Pesado/leve; Dentro/fora; Horizontal/vertical; Positivo/negativo».

³⁰ « (...) grandes coisas podem ser criadas com a ajuda da luz. Sombras aparecem e a superfície ganha volume, o círculo aumenta de volume e torna-se num esfera e o quadrado transforma-se num cubo.

Só assim o fotógrafo consegue ser «livre de utilizar a sua visão fotográfica», para «descobrir e revelar a natureza do mundo em que vive».



Fig. 22 - Composição numa fotografia de Peter Harron.
Fonte: BERGSTRÖM, B. (2008).

4

O ser : processamento
de estímulos

4.1 O corpo

O corpo humano é um meio de expressão, de manifestação e de identidade, sendo este o que estabelece a relação entre a realidade interior do Homem (o eu) com a realidade exterior (o mundo).

Segundo Vilas-Boas (2010, p. 101) o corpo humano «sempre foi um elemento primordial na comunicação interpessoal e no estabelecimento do lugar» do Homem «na sociedade». A área da «cultura visual reflecte essa mesma realidade, conferindo um lugar de destaque à representação de pessoas».

São vários os autores que exploraram e reflectiram sobre o corpo humano e a sua relação com o meio envolvente.

Bragança de Miranda (cit. por Vilas-Boas, 2009, p. 124) afirma que «a imagem mais forte da utopia deixou de ser a do mundo para se tornar na do corpo». Jorge Crespo (cit. por Vilas-Boas, 2009, p. 124) acrescenta que «a história do corpo é uma história constantemente inacabada, fruto de múltiplos factores (políticos, institucionais, atitudes, valores, economia, ciência, educação, medicina) que estabelecem entre si relações complexas». Le Goff & Truong (cit. por Vilas-Boas, 2009, p. 124) defendem que «o domínio corporal é universal», conferindo ao corpo uma característica histórica, «o corpo» é a «história» do Homem, explicando assim que «o corpo tem uma história e faz parte da história, insere-se na cultura e não só na natureza».

De acordo com Vilas-Boas (2010, p. 103) o corpo é a «manifestação visual» da «unicidade» do Homem, sendo pois «encarado como um bem pessoal precioso e como cartão de visita».

Paula Queirós (cit. por Vilas-Boas, 2009, p. 126) estabeleceu «uma sistematização de categorias de corpo», sob três abordagens distintas do corpo, denominando-as de «corpo biológico/mecânico», «corpo expressivo» e «corpo social».

No «corpo biológico/mecânico» subdivide-o em quatro sub-categorias, a primeira, em «corpo rendimento», sendo este visto sob a «perspectiva de progresso ilimitado, consubstanciada pela ideia de recorde, onde o rendimento e o triunfo são a base».

A segunda, em «corpo técnico/instrumental», onde a «instrumentabilidade do corpo tem por vista a sua rentabilidade e eficácia».

A terceira, em «corpo aptidão física», que está «associado ao corpo/saúde» e a quarta, em «corpo saúde», que está «associado ao bem-estar e qualidade de vida, através da actividade física».

Na segunda abordagem, «corpo expressivo», a autora, subdivide o corpo em três sub-categorias, a primeira, «corpo estética», onde o corpo tem como «valor estético e de imagem», nos quais estes são considerados «indicadores de sucesso».

Na segunda, «corpo prazer», onde «a procura do prazer, alegria e a satisfação pessoal na actividade corporal» privilegiam a «relação do sujeito consigo próprio».

Na terceira, «corpo vivência/experiência», onde o «corpo-sujeito expressivo, rico em experimentações perceptivas, a partir do qual se estabelece a relação com o mundo».

Por fim, na terceira abordagem, «corpo social», a autora subdivide novamente em três categorias, a primeira, «corpo ética», onde este é «orientado pela aceitação, cooperação, respeito, responsabilidade, equidade e justiça social».

Na segunda sub-categoria, «corpo ecologia», este faz parte da «prática de actividade física e corporal relacionada com o meio ambiente e com a consciência ecológica».

Na terceira, «corpo construção social», onde o corpo se encontra «(...) submisso a padrões sociopolíticos determinados institucionalmente (...)».

Com isto, é permissível observar que o corpo é bastante polivalente, tendo diversos usos, expressões e exteriorizações.

Cada vez mais, tanto as pessoas como a própria sociedade tornam-se individualistas, e o corpo sendo meio de comunicação e de expressão exemplifica esta realidade.

Segundo Vilas-Boas (2009, p. 130) as novas tecnologias vão de encontro às «vontades» e «necessidades» do Homem, contribuindo assim para o individualismo. Com estas novas tecnologias, surge a ideia de «corpo manipulado» *versus* «corpo real». Esta ideia de «corpo manipulado» vai de encontro a estereótipos e paradigmas de “corpos ideais”, que na realidade não existem, tal como argumentam Norton & Olds (cit. por Vilas-Boas, 2010, p. 104): «a imagem» de cada corpo individual «inclui elementos perceptuais, cognitivos e afectivos de como representamos internamente os nossos próprios corpos e os dos outros [...] Essas representações são, talvez, primeiramente visuais, mas abrangem influências sinestésicas, tácteis e outras construções sensoriais», ou seja, estes autores, defendem que a maneira como o Homem percebe o seu corpo é ajustado por ideais de «beleza» e ideais de “corpos perfeitos”, que são incitados pelos «meios de comunicação de massas».

Porém, o que o Homem possui na realidade é o seu corpo tal como este é. Assim importa reflectir sobre a noção de «corpo real», sobre o qual Vilas-Boas (2010, p. 105) afirma que é «aquele que não é potenciado para sedução», são corpos que não são moldados segundo os ideais e paradigmas impostos pelos *mass media*.

Explorando uma abordagem mais filosófica e estética do corpo, num ensaio, Nancy (2004, p. 15) reflecte sobre os «indícios do corpo» e afirma que este é «material», «denso» e «extenso». Para Nancy (2004, p. 15), «o corpo é material. Está à parte. Distinto dos outros corpos. Um corpo principia e acaba contra outro corpo (...) Para este autor «um corpo não está vazio. Está cheio de outros corpos, pedaços, órgãos, peças, tecidos (...) Também está cheio dele próprio: é tudo o que ele é».

Para além de um corpo ser «material» é em simultâneo «imaterial», pois segundo Nancy (2004, p. 15) o corpo é «imaterial», porque «é um desenho, é um contorno, é uma ideia».

Segundo Aristóteles (cit. por Nancy, ibidem) «a alma é a forma de um corpo organizado», mas de acordo com Nancy (ibidem) «o corpo é precisamente aquilo que desenha essa forma», é pois «a forma da forma, a forma da alma».

Para o autor o «corpo é visível, a alma não», sendo este também considerado «prisão da alma», porque o corpo necessita de «digerir, dormir, suar (...)», sentir.

Outro indício que Nancy (2004, p. 16) aponta é o facto de «o corpo» poder «constituir-se falante, pensante, sonhador, e imaginativo», isto porque «está sempre a sentir qualquer coisa. Sente tudo quanto é corpóreo (...)».

Segundo o autor «o corpo é um invólucro: pois serve para conter aquilo que depois há que desenvolver (...)».

A relação que o corpo estabelece com outros corpos também é reflectida por Nancy (2004, pp. 16-17) onde este exemplifica que «os corpos cruzam-se, roçam-se, comprimem-se (...) tantos são os signos, tantos os sinais, as mensagens, os avisos que nenhum sentido definido pode saturar. Os corpos produzem sentido para além do sentido. São um exagero de sentido», não parando de se agitar sendo considerados «diferenças», «forças» e «disformes».

Para este autor, o corpo é uma presença, é «singular» e considerado de sentido de «posse». De acordo com o autor (2004, p. 19) «*Corpus*: um corpo é uma colecção de peças, de pedaços, de membros, de zonas, de estados e funções». Para este autor, o corpo estabelece uma relação consigo próprio, sendo o «(...) em si do para si».

Assim, para Nancy (2004, p. 23) «o corpo» é «oximoro polimorfo: dentro/fora, matéria/forma, (...)», sendo também, «indicial» de alguém, de alguma coisa, de algum «símbolo», e de «alguma causa ou algum efeito» (Figura 23). O corpo é assim «tocado, tocante, frágil, vulnerável, sempre em mutação, fugidio» e particular.



Fig. 23 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010. *Crouch*.
Fonte: WEBB, J. (2010).

4.2 O cérebro

Segundo Patricia Wolfe (cit. por Monteiro & Ferreira, 2009, p. 51), «O cérebro recebe informação e transmite-a aos locais apropriados para o seu processamento. Permite à pessoa agir com base nessa informação, controlando a capacidade motora dos músculos. O cérebro gera emoções e permite que se esteja atento a elas. É a fonte de cognição, da memória, dos pensamentos e daquilo a que chamamos inteligência. A capacidade para falar e entender a fala dos outros provém do cérebro. As pessoas não têm de se preocupar em controlar o ritmo cardíaco, a transpiração, a secreção hormonal ou o sistema imunitário; o cérebro faz isso inconscientemente e automaticamente pela pessoa».

Cada pensamento que temos, cada emoção que sentimos e cada acção que experimentamos é um reflexo do funcionamento do sistema nervoso. Segundo Monteiro & Ferreira (2009, p. 58) no centro do «sistema nervoso encontra-se o cérebro e a medula espinal», conhecidos pela designação de «sistema nervoso central» (Figura 24).

O cérebro encontra-se no interior da cabeça, bem protegido pelo crânio. Devido ao seu aspecto enrugado assemelha-se a uma noz.

A parte mais complexa do sistema nervoso central é o cérebro. Este órgão é o centro de controlo e de coordenação do corpo inteiro. Está pois, continuamente e repetidamente a receber informações que vêm de todas as partes do corpo, seguindo-se ao processamento da informação envia instruções ao corpo, comandando e controlando as suas funções e reacções. De acordo com Monteiro & Ferreira (2009, p. 52) o sistema nervoso comunica com todas as partes do corpo humano através de uma grande rede de nervos, que estabelecem as «ligações eléctricas do sistema nervoso. Os nervos e o sistema nervoso central são constituídos por milhões de células nervosas, denominadas por neurónios» (Figura 25).

Estes nervos prolongam-se partindo do cérebro e da medula espinal, ramificando-se sucessivamente, até chegarem ao corpo inteiro. Segundo Monteiro & Ferreira (2009, p. 54) «grande parte destes nervos contém neurónios sensitivos, que propagam os impulsos nervosos até ao sistema nervoso central» e também «neurónios motores, que propagam os impulsos nervosos provenientes do sistema nervoso central».

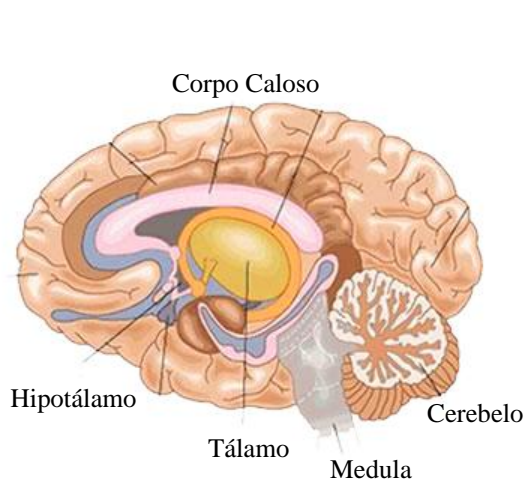


Fig. 24 – Ilustração do Sistema Nervoso Central.
Fonte: MARIEB, E. N., & HOEHN, K. (2009).

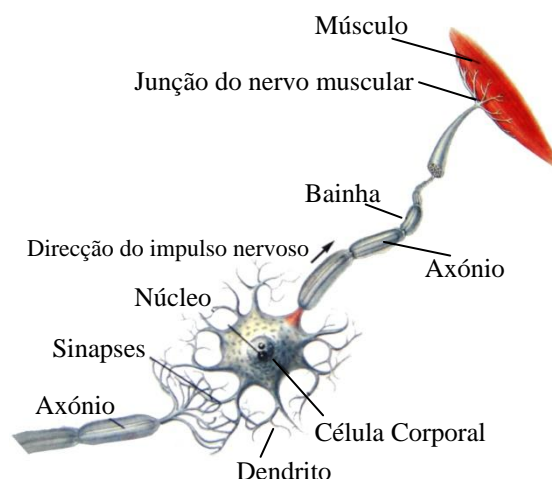


Fig. 25 - Ilustração da estrutura de um neurónio.
Fonte: MARIEB, E. N., & HOEHN, K. (2009).

Segundo os autores (2009, p. 62) «o cérebro está dividido em duas metades chamadas hemisférios, o hemisfério esquerdo e o hemisfério direito» (Figura 26). Cada metade controla actividades e desempenha funções diferentes.

«O hemisfério esquerdo controla o lado direito do corpo, enquanto que o hemisfério direito controla o lado esquerdo do corpo», isto porque os «feixes nervosos» que levam a informação para o resto do corpo «cruzam-se entre eles durante o seu trajecto.»

De acordo com Monteiro & Ferreira (2009, p. 63) Embora ambos os hemisférios sejam simultaneamente usados em quase todas as actividades, «cada hemisfério possui as suas capacidades específicas.»

Segundo os autores (2009, p. 62), o talento musical, a fantasia, «a imaginação», os sonhos e certas capacidades como desenhar e pintar estão relacionadas e «controladas com o lado direito do cérebro». Movimentos, problemas de lógica e matemática, «a memória», capacidades de linguagem e «funções do organismo» como a respiração e o bater do coração, são controladas e «associadas ao lado esquerdo do cérebro».

Segundo Patricia Wolfe (cit. por Monteiro & Ferreira, 2009, p. 63), «As melodias são melhor percebidas no ouvido esquerdo/hemisfério direito do que no ouvido direito/hemisfério esquerdo. As emoções também parecem estar lateralizadas, com o hemisfério direito a processar as emoções mais negativas e o esquerdo as mais positivas e optimistas. (...)»

Apesar dos dois hemisférios possuírem funções diferentes, o seu funcionamento complementa-se, o exemplo disso é o de uma pessoa a tocar piano, pois mostra o funcionamento complementar entre os dois hemisférios.

De acordo com Monteiro & Ferreira (2009, p. 86) «algumas zonas do cérebro encontram-se ligadas a funções corporais específicas». De uma forma resumida, as «zonas motoras do cérebro», como as que regulam a fala e os movimentos básicos, «enviam instruções para controlar os movimentos voluntários». As «zonas sensitivas», como os sentidos, a da audição, do paladar, da visão, do olfacto e do tacto, «recebem informação que vem dos receptores sensitivos» que se encontram dispersos no corpo inteiro. Por fim, as «zonas de associação», como as do «lobo frontal» (Figura 27), que estão associadas aos pensamentos, «às emoções», à personalidade, à consciência e à percepção.

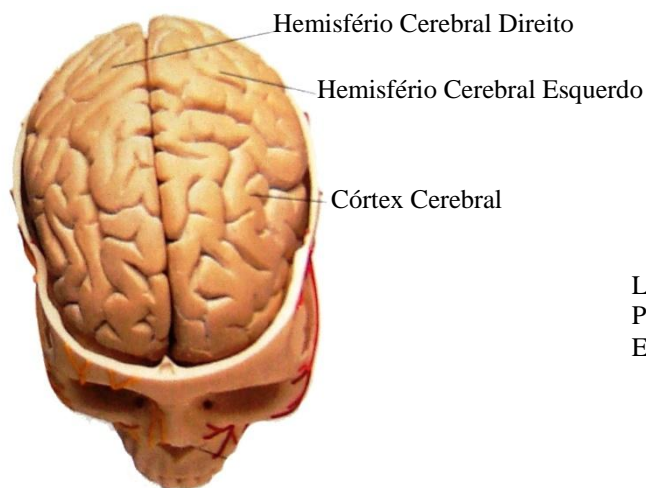


Fig. 26 – Crânio representativo de um ser humano.
Hemisférios Cerebrais.
Fonte: MONTEIRO, M. M., & FERREIRA, P. T. (2009).

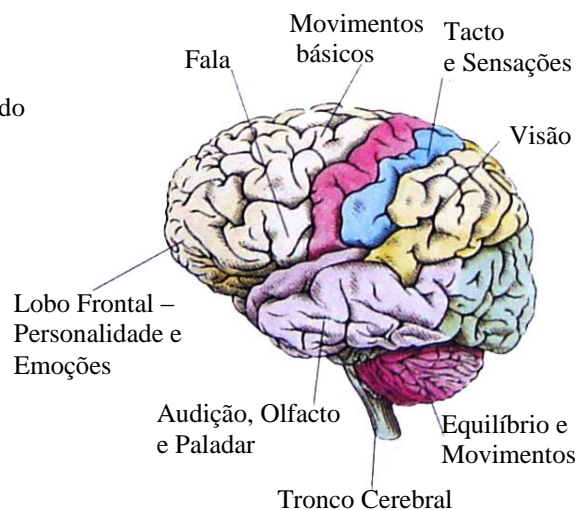


Fig. 27 – Ilustração das Zonas Cerebrais do ser humano.
Zonas Cerebrais.
Fonte: TORTORA, G. J., & DERRICKSON, B. (2007).

4.3 Cinco sentidos

Os sentidos são as faculdades que o Homem possui para experimentar impressões, sensações, emoções e estados de memória, por intermédio de alguns órgãos, os órgãos receptores. O Homem possui cinco sentidos, a visão, a audição, o olfacto, o paladar e o tacto.

Segundo Rubinstein (1973 a, pp. 36-37) «o órgão receptor está especialmente adaptado à recepção de estímulos e por isso, é mais sensível que os outros órgãos ou fibras nervosas.»

Cada sentido está especificado a um determinado «estímulo». Assim, os «receptores tácteis» estão adaptados «à recepção dos estímulos de contacto», os «receptores» do paladar estão adaptados à «recepção dos estímulos gustativos», os «receptores do olfacto» estão à dos «estímulos olfactivos», e por fim, os «auditivos e visuais» estão adaptados à «recepção do som e da luz».

A mão é um dos órgãos essenciais para a «percepção do mundo» que nos rodeia, segundo Rubinstein (1973 a, p. 73) o tacto é o sentido considerado mais humano, pois é graças às mãos que este sentido «trabalha e percebe» o «mundo material». Com isto, a mão move-se e apalpa objectos para perceber a realidade material.

A mão ao mover-se ou apalpar algo físico percebe e recebe o estímulo, e este por sua vez vai até ao sistema nervoso, fornecendo informação ao cérebro que posteriormente mandará de novo informação para os músculos e articulações da mão, tal como explica Rubinstein (ibidem) «o sentido táctil abrange as sensações de tacto e pressão bem como as sensações cinestésicas, musculares e articulares.»

As mãos transmitem-nos informações «das propriedades essenciais» da realidade material, assim Rubinstein (1973 a, p. 74) defende que «a *dureza, elasticidade e impenetrabilidade* ou *impermeabilidade* – que são as qualidades básicas por meio das quais se determinam os corpos materiais – são percebidas pela mão que se move e reflectem-se nas sensações que esta nos transmite.»

Outros sentidos, como o paladar e o olfacto, estão estritamente ligados entre si, pois dependem um do outro, é através da língua e do nariz que são detectadas substâncias químicas que causam os gostos e os cheiros.

O sentido olfactivo também está ligado às emoções e à memória, pois segundo Rubinstein (1973 a, p. 79) «de entre todas as sensações, nenhuma está tão ligada às tonalidades sensoriais emocionais como a sensação olfactiva; cada uma delas possui um carácter

agradável ou desagradável mais ou menos nítido. Muitas delas provocam uma violenta reacção emocional positiva ou negativa. Há cheiros insuportáveis e outros que embriagam. Alguns seres humanos são especialmente sensíveis aos seus efeitos.»

O olfacto é mais apurado que o paladar, este tem a capacidade de nos enganar, pois, por vezes, pensamos que estamos a saborear e na realidade estamos apenas a cheirar.

De acordo com Rubinstein (1973 a, pp. 80-81), tal como o olfacto, no paladar, «as sensações do gosto» resultam de «propriedades químicas das substâncias». Também o paladar tem relevância num determinado «estado emocional através do sistema nervoso». Consoante os paladares, estes levam-nos para diferentes estados emocionais e por consequência remetem-nos para determinadas memórias, pois tal como defende o autor (1973 a, p. 82) «as sensações gustativas que são produzidas por substâncias químicas provenientes do ambiente externo e que influem nas funções vegetativas podem produzir um fundo geral emocional agradável ou desagradável do estado de espírito pessoal.»

Noutro sentido essencial, a audição, o ouvido é o órgão receptor. Segundo o autor (1973 a, p. 84) «este é composto por três partes: ouvido externo, ouvido médio e ouvido interno. As principais partes do aparelho auditivo, o ouvido médio e o interno, são pequenas cavidades que se encontram no osso temporal».

De acordo com Rubinstein (1973 a, pp. 83-84) os ouvidos são importantes e delicados, estes captam «sons e enviam mensagens ao cérebro». Os sons viajam pelo ar através das «ondas sonoras». «O ouvido externo capta ondas sonoras que conduz para o interior. Estas ondas atingem o tímpano e fazem-no vibrar. O ouvido médio e o ouvido interno transformam as vibrações em sinais eléctricos» que são classificados e reconhecidos pelo cérebro.

É graças à audição que o ser humano consegue ouvir e distinguir diferentes músicas, timbres, ritmos e sons. A música consegue transportar o ser humano para diversos estados de memória, memórias recentes ou de anos, e por sua vez, essas memórias irão levar o Homem a diferentes estados emocionais. Tal como defende Rubinstein (1973 a, p. 105) «o ouvido musical, no mais amplo sentido da palavra, ultrapassa, por assim dizer, não só os limites da sensação, mas também os da percepção. O ouvido musical, compreendido como a capacidade de perceber imagens musicais e de as representar, está inseparavelmente ligado à memória e à imaginação».

Também é devido à audição que o Homem consegue estabelecer comunicação, através da fala e linguagem.

Por fim, o sentido que é para nós o mais importante dos cinco sentidos, a visão.

De acordo com Merleau-Ponty (2009, p. 64) «(...) a visão não é um certo modo do pensamento ou da presença de si: é o meio que me é dado de estar ausente de mim mesmo, de assistir de dentro à fissão do Ser (...)».

De forma resumida, segundo Rubinstein (1973 a, pp. 111-112) os olhos são os «receptores dos estímulos da luz», os olhos trabalham em conjunto com o cérebro para que se possa ver. O «olho humano» é formado pelo «globo ocular e pelo nervo visual que dele deriva. A parede do globo ocular é formada por três camadas: exterior (esclerótica), coróide e retina». A «íris» do olho encontra-se «sob a esclerótica». No centro da «íris» encontra-se a «pupila», que é a «abertura através da qual a luz penetra no olho», e é devido aos músculos que esta possui que a «pupila dilata-se ou estreita-se como um diafragma de um aparelho fotográfico». Muitas vezes consegue-se determinar diferentes estados psicológicos e emocionais graças à variação do tamanho das pupilas.

De acordo ainda com Rubinstein (1973 a, pp. 113-114), a «córnea», situada na «parte da frente do olho, faz convergir os raios luminosos para formarem uma imagem sobre a retina», na qual surge invertida. Posto isto, as «células nervosas da retina» enviam «mensagens ao cérebro», que as «posiciona correctamente» e o que se vê já se encontra na posição normal.

Por fim, segundo Walker & Chaplin (1997, p. 18) a informação visual que provém dos olhos do ser humano e que vai até ao cérebro provém também de outros sentidos, acompanhada de memórias e conhecimento, dando-se por vezes «sinestésias visuais», ou seja, quando os olhos do ser humano veem «cores e formas» associam-nas a «sons, cheiros e sentimentos».

4.4 Percepção

Segundo Rebelo (2004, p. 36) «a principal característica do sistema cognitivo humano é o tratamento de informações simbólicas. Isto significa que o Homem interpreta a realidade através de modelos mentais ou representações que desenvolve a partir da vivência de várias realidades. Estes modelos regulam o comportamento humano e constituem uma visão da realidade, podendo ser constantemente modificados por novas informações.»

O processo da percepção humana é essencial na área da cultura visual e para os seres visuais, pois fornece informações necessárias para a reacção adequada aos estímulos visuais que são proporcionados pelo meio que nos rodeia.

De acordo com Rebelo (ibidem) a «psicologia cognitiva» propõe-se estudar cientificamente processos invisíveis como a atenção, imagens mentais, a memória e a percepção. Estes «modelos mentais» que pertencem aos domínios da psicologia cognitiva alteram-se em cada pessoa, consoante as suas experiências vividas e evoluem em cada indivíduo, de acordo com a sua aprendizagem ao longo da vida.

De acordo com o autor «o desenvolvimento dos modelos mentais faz-se através do tratamento das informações sensoriais», sendo que os «órgãos perceptivos» e a «percepção» terão uma função essencial neste processo.

Segundo Sternberg (2008, p. 115), «percepção é o conjunto de processos pelos quais reconhecemos, organizamos e entendemos as sensações que recebemos dos estímulos ambientais.»

Pode-se afirmar que o ponto de contacto entre o nosso mundo interior e a realidade exterior se faz através dos nossos sentidos, onde cada sentido desempenha uma determinada função e possui uma relação própria com o estímulo que lhes é fornecido.

Assim, de acordo com Monteiro & Ferreira (2009, pp. 86-87), o processo da sensação inicia-se com a «estimulação dos órgãos dos sentidos» onde devido a «uma energia física ou química o estímulo é detectado por neurónios especializados, que o codificam em impulsos nervosos e que são enviados ao cérebro.»

Posto isto, ao contrário da sensação, que se refere à detecção inicial dos estímulos, a percepção corresponde à interpretação desses estímulos, envolvendo sempre processos cognitivos.

Segundo Rebelo (2004, p. 37) «a percepção está associada a três níveis distintos de processos: A detecção da existência de um sinal; a discriminação, que permitirá classificar

as informações em categorias, que apenas ocorre quando já existem outras categorias memorizadas e a interpretação ou cognitivo (tratamento das informações), que permitirá dar significado às informações e que ocorre na sequência dos processos anteriores.»

A informação que resulta destes processos por vezes é «incompleta», sendo posteriormente concluída com «uma informação semelhante existente na memória. Esta característica permite ao Homem a atribuição rápida de um significado, ainda que de forma errada.»

De acordo com Sternberg (2008, p. 154), a percepção pode ser estudada sob duas abordagens: a «percepção construtiva» e a «percepção directa». A «percepção construtiva afirma que quem percebe constrói essencialmente o estímulo percebido, usando conhecimento anterior, informação contextual e informação sensorial. Por sua vez, o ponto de vista da percepção directa afirma que toda a informação de que precisamos para perceber advém dos dados sensoriais que recebemos, como por exemplo os da retina.»

4.5 Percepção visual *versus* imagem mental

A percepção visual e a imagem mental são muitas vezes confundidas entre si, por serem bastante semelhantes e por vezes levam o nosso cérebro e os nossos sentidos a visualizarem e a sentirem algo que na realidade não o é.

Posto isto, a percepção visual modifica as sensações mentais de cada indivíduo e consegue transformá-las em mensagens com interpretações e significados (Figura 28).

De acordo com Sternberg (2008, pp. 153-154) a percepção visual pode ser estudada segundo duas abordagens, a «percepção construtiva» onde as «percepções são construídas» tendo por base a «selecção activa dos estímulos e das sensações» da memória, e a «percepção directa», onde a «percepção» consiste na «aquisição directa de informação disponível no ambiente», ou seja, a forma como percebemos o mundo está relacionada com a forma como interagimos com ele.

Contrariamente à percepção visual, uma imagem mental, segundo Joly (2007, p. 20) «corresponde à impressão que temos quando, por exemplo, lemos ou ouvimos a descrição de um lugar, a impressão de o *ver* quase como se lá estivéssemos. Uma representação mental é elaborada de um modo quase alucinatório e parece pedir emprestadas as suas características à visão. *Vê-se.*»

Por outras palavras, imagem mental é uma representação mental de um objecto ou acontecimento, o qual não está presente, na forma material, incluindo imagens visuais e imagens formadas por outros sentidos, tal como defende Joly (2007, p. 20) «Trata-se então de um modelo perceptivo de objecto, de uma estrutura formal que interiorizamos e associamos a um objecto e que alguns traços visuais são o bastante para evocar (...)» (Figura 29).



Fig. 28 - Fotografia de Jeremy Webb, 2010.
Glass Light.
Fonte: WEBB, J. (2010).

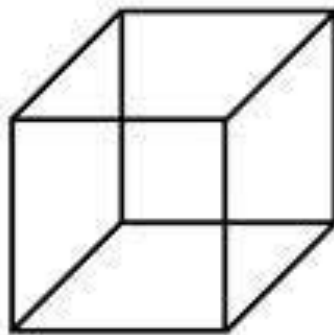


Fig. 29 – Ilustração do *Cubo de Necker*
utilizado na Gestalt.
Fonte: ARNHEIM, R. (2005).

4.6 Memória e atenção

A memória é a faculdade de conservar ideias ou noções anteriormente adquiridas.

A memória é fundamental para a área da cultura visual, pois é graças a ela que determinadas obras visuais se prolongam e permanecem retidas na memória de cada pessoa. Consequentemente, determinadas peças visuais associam determinadas emoções, nas quais terão utilidade e diferenciam-se em diferentes estados de memória.

Segundo Grandjean (1998, p. 125) o cérebro está em constante funcionamento, pelo que a sua «actividade mental» abrange as seguintes áreas; a «recepção de informações, a memória e a atenção». A «recepção de informações» diz respeito à forma como a mensagem é transmitida, da fonte ao receptor, onde os diferentes sentidos, «canais sensoriais», possuem funções diferentes, em função da situação e do conteúdo, tal como defende Grandjean (1998, p. 126) «(...) através dos órgãos dos sentidos as informações são fornecidas na via do canal, enquanto que na saída do canal a quantidade real de informação percebida esclarece sobre a capacidade deste canal.»

Pode-se afirmar que a memória é a “central” de informações recebidas pelo cérebro, onde este irá fazer uma selecção e posteriormente guardar as informações mais relevantes, dando ao Homem a capacidade de escolher o que é ou não mais importante.

Posto isto, é possível diferenciar dois tipos de memória, de acordo com Grandjean (1998, p. 127) «a memória de curta duração ou memória recente», que define a «recordação imediata de acontecimentos recentes, até de lembranças de casos que aconteceram há minutos ou horas» e a «memória de longa duração», que «abrange a recordação de acontecimentos de meses ou anos atrás.»

Também as emoções não só têm um papel essencial na memória como pertencem a diferentes estados desta, sendo que quanto mais intensa for uma emoção mais tempo perdurará na memória de um indivíduo, logo maior importância e atenção terá. Segundo Grandjean (1998, pp. 127-128) a parte anterior do cérebro «parte do sistema límbico (em especial o hipocampo) participa significativamente no processo de gravação de memória de curta duração.» No sistema límbico «é atribuída uma parte importante das emoções e suas manifestações físicas (...).»

Por fim, a área da captação da atenção é igualmente importante na cultura visual, pois se o receptor, ou seja, a pessoa captar a atenção de uma obra visual, ou de algo, esta terá maior probabilidade de sucesso, logo, de permanecer na memória de cada pessoa e

essencialmente terá uma emoção quer positiva ou negativa atribuída, ficando assim, durante algum tempo ou até sempre na memória de cada pessoa.

Fazer com que uma peça visual prenda a atenção é fundamental pois a pessoa irá manter a atenção até a mensagem ser decodificada.

4.7 Classes e tipos de memória

A memória do ser humano vai-se modificando consoante as experiências vivenciadas por este, difere de pessoa para pessoa e estabelece relações que associam informações a diferentes estados de memória.

A memória é formada por diversos processos, segundo Rubinstein (1973 b, p. 11) são o processo da «retenção», ou seja, o de «conservar na memória» a informação percebida, seguido do processo de «reconhecimento», onde se identifica a informação, por sua vez, seguido da «reprodução», onde este processo reproduz nova informação, e consequentemente a «recordação», onde é uma «representação», uma imagem do passado. Finalizando, segundo Rubinstein (1973 b, p. 55) com os processos de «conservar» e «esquecer», ou seja, se a informação for relevante, a memória “conserva” a informação, se por outro lado, esta não tiver qualquer relevância a memória faz com que o ser humano se esqueça rapidamente da informação.

De acordo com Rubinstein (1973 b, pp. 68-69) os «tipos de memória» diferenciam-se pela informação que foi gravada ou reproduzida na memória. Com isto, distinguem-se os «seguintes tipos de memória: memória motora, que se expressa ou manifesta nos hábitos e costumes»; a «memória gráfica» sendo a «memória visual, auditiva, tátil, etc.»; «memória para pensamentos», considerada a «memória lógica» e por fim a «memória para sentimentos», sendo esta a «memória afectiva».

Segundo Rubinstein (1973 b, p. 72) estes tipos de memória variam de pessoa para pessoa, pois, «relaciona-se com a questão de saber qual o sector sensorial do indivíduo em questão que oferece a melhor base para a reprodução», ou seja, por exemplo, há quem tenha melhor memória visual do que memória motora.

4.8 Contextualização teórica das emoções

As emoções são necessariamente uma parte essencial da vida do Homem, afectam a maneira como o ser humano sente, o seu comportamento e o que pensa. As emoções possuem a capacidade de modificar a percepção do ser humano, bem como tomada de decisões e comportamentos.

Etimologicamente, emoção deriva do latim, da palavra «*emotio*», que significa, segundo Serra (1985, p. 123) «acto de tirar de um lugar, de deslocar», ou seja, emoção significa movimento, uma agitação, uma perturbação provocada por algo ou alguém.

É pois, um «estado de ânimo» caracterizado por uma «comoção orgânica», consequentemente de impressões dos sentidos, ideias ou recordações, que provocam alterações físicas no ser humano, e estas alterações são normalmente traduzidas por gestos, atitudes ou outras formas de expressão.

Segundo Rubinstein (1973 c, pp. 117-118) as emoções caracterizam-se de forma «fenomenológica», por diversos «sinais». «Diferentemente das percepções, estes sinais (...) reflectem, o conteúdo de um objecto, o estado do sujeito e a sua atitude face ao objecto».

As emoções também «caracterizam-se por polaridades», pelo seu «carácter positivo ou negativo: prazer-desprazer; alegria-tristeza, etc.», geralmente as emoções «positivas» estão associadas ao «agradável» e as «negativas» ao «desagradável». «Estes estados opostos» fazem com que as emoções tenham um carácter de «diferenciação», pois por exemplo, «a par de uma alegria excitada (júbilo, alvoroço)» também pode haver uma «alegria tranquila (sentimento de prazer)».

De acordo com Rubinstein (1973 c, p. 119) para se saber a «natureza e a função das emoções» é necessário determinar as relações existentes nos «processos emocionais», sendo estas «o desenrolar dos acontecimentos que se produzem de acordo com as necessidades do indivíduo, ou contra elas, e o desenrolar da actividade deste que está orientada para a satisfação dessas necessidades e, por outro lado, entre o desenrolar dos processos orgânicos internos, que abrangem as funções vitais das quais depende a vida do organismo na sua totalidade». Estas relações são estabelecidas pela «percepção, apreensão de significado» e dos «actos» do ser humano.

Posto isto, os «processos emocionais» possuem um «carácter positivo ou negativo» mediante a acção que o ser humano efectua ou pelo efeito que é produzido no Homem, consoante as «suas necessidades, interesses ou atitudes».

De acordo com Rubinstein (1973 c, pp. 119-120) existe assim uma relação «entre as emoções e as necessidades», devido ao «carácter duplo da própria necessidade» que o Homem experiencia, e o qual se dá sob duas abordagens, através da «necessidade de algo que se lhe opõe e que ao mesmo tempo caracteriza a sua *dependência* de algo e a sua *aspiração* por algo».

As emoções que o Homem sente por algo visual, por determinados objectos e por determinadas pessoas, são formadas «pela necessidade e pelo modo como tomamos consciência da dependência da sua satisfação por esse objecto ou essa pessoa e sentimos os estados emocionais do prazer, da satisfação, da alegria ou do desagrado, da insatisfação, dor ou tristeza» que nos é fornecido. Assim sendo, na relação que o ser humano estabelece com o meio que o rodeia, «as emoções formam-se no decurso da actividade humana que está orientada para a satisfação das suas necessidades».

Pode-se afirmar assim que diversas emoções, como o amor, o medo, a alegria, a raiva, o nojo, o desgosto, a excitação, etc., embora tenham um carácter de diferenciação, possuem em comum uma relação agitada entre o ser humano e o meio envolvente, provocando e fazendo com que o Homem demonstre alterações ao nível físico e até mental.

4.8.1 Um aparte histórico sobre as emoções

Dada a importância dos assuntos ligados às emoções e por consequência aos sentimentos, é necessário fazer uma abordagem histórica sobre as emoções.

Segundo Damásio (2013, pp. 58-59) «nos finais do século XIX, Charles Darwin, William James e Sigmund Freud» reflectiram sobre e exploraram os vários elementos que pertencem à emoção, fornecendo a esta «um lugar privilegiado no discurso científico». Contudo «ao longo do século XX e até muito recentemente», quer a «neurociência», quer as «ciências cognitivas» não deram o devido valor científico ao tema da emoção.

Charles Darwin estudou a «expressão da emoção nas diferentes culturas e nas diferentes espécies» e concluiu que apesar de as «emoções humanas» serem consideradas «vestígios de estádios anteriores da evolução, respeitou a importância deste fenómeno», porém esta teoria foi esquecida.

De acordo com Damásio (2013, p. 59) William James «realizou um estudo» incompleto sobre o tema emoção, no qual mais tarde foi «injustamente atacado e rejeitado» e Freud «entreviu o potencial patológico das emoções alteradas» anunciando assim a sua importância, contudo esta «fez-se sentir noutra direcção». Posto isto, estes três cientistas abordaram pouco a «componente cerebral das suas ideias» e também as ciências não foram de encontro a este tema, pois a ideia de emoção era demasiado «subjectiva», «fugidia e vaga» para ser digna de credibilidade.

Hughlings Jackson foi quem elaborou uma abordagem mais específica na «neuroanatomia da emoção», sugerindo que «o hemisfério cerebral direito tem uma influência dominante na emoção humana, comparável à que o esquerdo exerce na linguagem», porém tal como os cientistas anteriores este também não foi recebido com grande credibilidade.

A emoção encontrava-se no «polo oposto da razão», sendo esta «indubitavelmente a mais excelente capacidade humana» e por sua vez, esta era completamente «independente da emoção».

Segundo Damásio (2013, p. 59) os «românticos» classificavam «a emoção no corpo e a razão no cérebro». Com isto, a «ciência do século XX deixou o corpo de fora» e «deslocou a emoção de novo para o cérebro», mas dando sempre pouca relevância a este assunto.

Como Damásio (2013, p. 60) afirma «ao longo do século XX, existem curiosos paralelos em relação a esta negligência científica da emoção», nos quais alguns curiosos estudaram, por exemplo, a noção de «*homeostasia*», sendo esta a ciência que estuda «as reacções fisiológicas coordenadas» provocadas pelas emoções, que inclui a «regulação automática da temperatura, da concentração de oxigénio ou do pH».

Posto isto, segundo Damásio (2013, p. 61) só «nos últimos anos» é que a «neurociência» e as «ciências» se dedicaram e abraçaram por completo a noção de «emoção».

Alguns cientistas estudam precisamente o que antigamente era oposto, ou seja, a «suposta oposição entre emoção e razão deixou de ser aceite automaticamente».

Recentes descobertas, tal como Damásio (2013, p. 62) afirma, mostram que a «redução selectiva da emoção é tão prejudicial para a racionalidade como a emoção excessiva». Não parecendo que a «razão tenha qualquer vantagem em funcionar sem a ajuda da emoção. Pelo contrário, é provável que a emoção ajude a razão, sobretudo no que diz respeito aos assuntos pessoais e sociais que envolvem risco e conflito».

Assim, é possível o Homem encarar «as emoções como a corporização da lógica da sobrevivência».

4.8.2 O que são as emoções?

Segundo Damásio (2013, p. 72) o termo “emoção” «traz em geral à mente» do Homem «uma das seis emoções ditas primárias ou universais: alegria, tristeza, medo, cólera, surpresa ou aversão». Existem muitos outros «comportamentos» aos quais são atribuídos a palavra “emoção”, embora para o Homem seja mais fácil a discussão deste tema através das emoções primárias.

Nestes outros «comportamentos» incluem-se também as «chamadas emoções secundárias ou sociais, tais como a vergonha, o ciúme, a culpa ou o orgulho». Damásio (2013, p. 72) também denomina «emoções de fundo, tais como o bem-estar ou mal-estar, a calma ou a tensão». Para além destas categorias de emoções, também têm sido aplicadas à noção de emoção, «impulsos, motivações e estados de dor ou prazer».

De acordo com Damásio (2013, p. 73), fazendo uma abordagem mais científica e «biológica» as emoções são, em primeiro lugar, «conjuntos complicados de respostas químicas e neurais que formam um padrão; todas as emoções desempenham um papel regulador que conduz, de uma forma ou de outra, à criação de circunstâncias vantajosas para o organismo que manifesta o fenómeno; as emoções dizem respeito à vida de um organismo, mais precisamente ao seu corpo; a finalidade das emoções é ajudar o organismo a manter a vida».

Na segunda abordagem, «a aprendizagem e a cultura» alteram a «expressão das emoções» e revestem-nas com novos «significados», isto porque, «as emoções são processos biologicamente determinados, dependentes de dispositivos cerebrais estabelecidos de forma inata» e solidificados «por uma longa história evolucionária».

Na terceira abordagem, as emoções são produzidas por «dispositivos» que «ocupam um conjunto restrito de regiões cerebrais, iniciando-se ao nível do tronco cerebral e progredindo para as partes superiores do cérebro; estes dispositivos fazem parte de um grupo de estruturas que tanto regulam como representam os estados corporais».

Na quarta abordagem, segundo o autor, «todos estes dispositivos podem ser activados automaticamente, sem deliberação consciente; a variação individual e o facto de a cultura ter um papel na formação de alguns indutores não negam o automatismo e o objectivo regulador das emoções».

Por fim, na quinta abordagem, Damásio (2013, p. 73) considera que «todas as emoções usam o corpo como teatro (...)», embora as «emoções» afectem também «o modo de operação de numerosos circuitos cerebrais, ou seja, as variadas respostas emocionais são responsáveis por modificações profundas, tanto na paisagem corporal como na paisagem cerebral. O conjunto destas modificações constitui o substrato para os padrões neurais que eventualmente se tornam nos sentimentos de emoção».

Explorando as «emoções de fundo», Damásio (2013, p. 74) defende que são possíveis de se observar através «de pormenores subtis relacionados com a postura corporal, com a velocidade e contorno dos movimentos, com modificações mínimas na quantidade e velocidade dos movimentos oculares e no grau de contracção dos músculos faciais».

Estas «emoções de fundo» são produzidas biologicamente através «indutores internos», os «processos de regulação da vida», assim como os «processos de conflito mental» podem originar «emoções de fundo», uma vez que estes «conduzem à satisfação ou à inibição de motivações».

Com isto, segundo Damásio (2013, p. 74) «(...) certas condições da natureza interna, geradas por processos fisiológicos em curso ou por interações do organismo com o meio ambiente, ou por ambas, causam respostas que constituem emoções de fundo». Estas «emoções» permitem ao Homem sentir, entre outros, «os sentimentos de fundo de tensão ou calma, de fadiga ou energia, de bem-estar ou mal-estar, de esperança ou desencorajamento».

Também para Sartre (2008, p. 18) emoção é «(...) primeiramente e por princípio, um acidente», isto devido ao facto de «o Homem» ter «emoções porque a experiência lhe ensina isso», embora defenda em simultâneo que não se pode considerar esta como acidente. Segundo Sartre (2008, p. 26) a emoção não é um acidente «porque a realidade humana não é a soma de factos; ela exprime sob um aspecto definido a totalidade sintética humana na sua integridade». É por esta razão que não se deve entender que a emoção é «o efeito da realidade humana», porque ela já é essa própria realidade.

Assim a emoção tem «a sua essência, as suas estruturas particulares, as suas leis de aparecimento, a sua significação», nas quais a emoção «não pode vir de fora à realidade humana», sendo precisamente o oposto, é o «Homem que assume a sua emoção e, por conseguinte, a emoção é uma forma organizada da existência humana».

4.8.3 A função biológica das emoções

De acordo com Rubinstein (1973, p. 141) as emoções que se distinguem visivelmente «conduzem geralmente a extensas alterações orgânicas», que abrangem «todo o organismo» do ser humano.

Para Damásio (2013, p. 75) apesar da «composição» e da «dinâmica» perfeitas «das respostas emocionais sejam formadas em cada indivíduo» através de «um desenvolvimento e um ambiente únicos», a distinção indica que «na sua maior parte, ou até na sua totalidade, as emoções resultam de uma longa genealogia de sintonização evolutiva», ou seja, as emoções fazem parte «dos dispositivos biorreguladores com os quais» o Homem nasce preparado «para sobreviver», sendo por esta razão, que, em «diversas partes do mundo e em culturas tão diferentes, as emoções são facilmente reconhecíveis». Existem diferentes «formas de expressão», tais como, «variações na configuração exacta dos estímulos que podem induzir uma emoção em diferentes culturas e indivíduos». Embora o que importa seja a «semelhança e não a diferença». É graças a esta «semelhança» que se tornam possíveis as «relações interculturais e que permite que a arte, a literatura, a música e o cinema atravessem fronteiras com tanta facilidade».

Segundo Damásio (2013, p. 76) «a função biológica das emoções é dupla», a «primeira função» baseia-se na «produção de uma reação específica para a situação indutora», por exemplo, um ser humano ao ver perto de si um animal perigoso, a sua reação baseia-se na sua «fuga», na «imobilização», ou na «posição de ataque».

Por sua vez, a «segunda função biológica da emoção» consiste na «regulação do estado interno do organismo, de tal modo que este possa estar preparado para essa reação específica», por exemplo, o Homem começa a sentir a resposta do organismo, «um aumento da circulação de sangue nas artérias (...) para que os músculos possam receber mais oxigénio e glucose (...) uma mudança dos ritmos cardíaco e respiratório (...)» (Figura 30).

Segundo Rubinstein (1973, p. 157) as emoções provocam alterações e abrangem «todo o organismo», envolvendo «o sistema muscular de toda a cara e o corpo, manifestando-se assim nos chamados movimentos expressivos, que aparecem na mímica (movimentos expressivos de cara), a pantomima (movimentos expressivos de todo o corpo e na mímica vocal (expressão de emoções mediante a entoação e o timbre de voz))».

Com isto, para alguns conjuntos de «estímulos» derivados do «meio interno ou externo, a evolução arranhou uma resposta à altura, sob a forma da emoção». É devido a este motivo que, «apesar das infinitas variações encontradas em diversas culturas, indivíduos ao longo de uma vida», o Homem obtém com algum sucesso, que «determinados estímulos irão produzir determinadas emoções». As emoções são «adaptações que fazem parte integrante do mecanismo através do qual os organismos regulam a sua sobrevivência» (Figura 31).

Para Damásio (2013, p. 78) «as emoções são inseparáveis da ideia de recompensa ou de castigo, de prazer ou de dor, de aproximação ou afastamento, de vantagem ou desvantagem pessoal».

Assim a importância das funções biológicas das emoções é relevante, pois é graças a estas que o ser humano se comporta e se orienta para a sua sobrevivência e vivência.

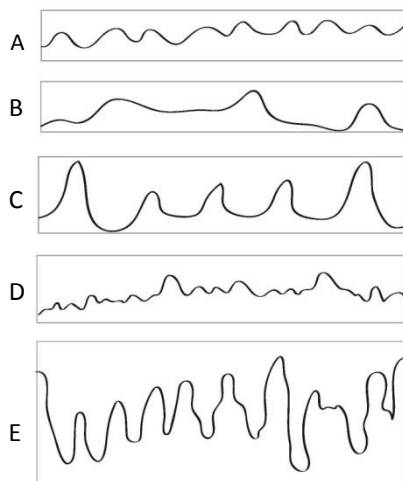


Fig. 30 – Curvas de respiração que representam emoções distintas.
Fonte: RUBINSTEIN, S. L., (1973).

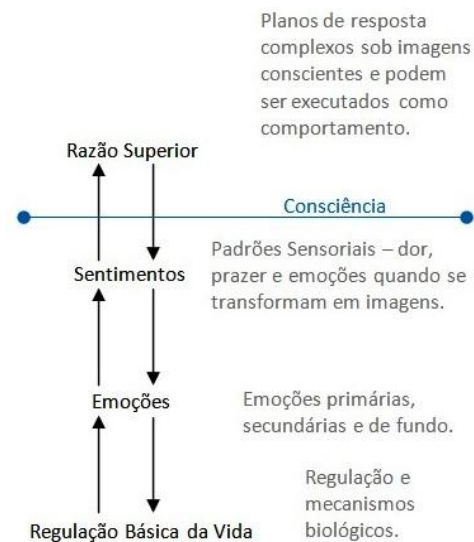


Fig. 31 – Níveis de regulação vital.
Fonte: DAMÁSIO, A., (2013).

4.8.4 O induzir das emoções

As emoções ocorrem segundo duas situações distintas. Para Damásio (2013, pp. 78-79) a primeira situação surge «quando o organismo processa determinados objectos ou situações através de um dos dispositivos sensoriais», por exemplo, quando o ser humano percebe «um rosto ou local familiares». A segunda situação ocorre quando «a mente dum organismo recorda certos objectos e situações e os representa, enquanto imagens, no processo do pensamento», por exemplo, a lembrança de um «rosto» de uma pessoa amiga. É possível constatar que determinadas «espécies de objectos ou acontecimentos tendem» a estar mais próximos e ligados «a um determinado tipo de emoção» do que a outros.

De acordo com Damásio (2013, pp. 79-80) «as classes de estímulos que provocam alegria, medo ou tristeza tendem a fazê-lo de forma consistente no mesmo indivíduo e em indivíduos que partilham os mesmos antecedentes socioculturais». Embora o Homem sinta diferentes emoções, permanece uma «correspondência aproximada entre classes de indutores de emoção e o resultante estado emocional».

Com isto, para além do «desenvolvimento individual e a cultura», existem factores que induzem determinadas emoções no ser humano. O primeiro factor dá «forma individual àquilo que vai constituir o indutor apropriado para uma dada emoção». O segundo dá «forma individual a alguns aspectos da expressão da emoção» e o terceiro dá «forma à cognição e aos comportamentos que se seguem ao desenrolar de uma emoção».

Segundo Damásio (2013, p. 80) «à medida que se desenvolvem e interagem, os organismos ganham experiência factual e emocional» através de diferentes «objectos e situações do ambiente, tendo assim uma oportunidade de associar muitos objectos e situações, que poderiam ter permanecido emocionalmente neutros, com os objectos e as situações que causam emoções naturalmente», ou seja, o Homem tende a estabelecer associações através de certas emoções, por exemplo, «o rosto de uma desconhecida, que se assemelha ao de uma pessoa ligada a um acontecimento terrível, pode causar-lhe desconforto ou irritação», da mesma maneira que se uma pessoa observar uma determinada peça visual, a qual lhe provoque uma sensação e emoção, quer positiva ou negativa, irá associá-la a determinada situação e, por consequência, irá permanecer durante mais tempo na sua consciência e memória, tal como defende Damásio (2013, p. 81): «(...) qualquer imagem percebida ou recordada é acompanhada por uma reação do aparelho emocional» e «(...) um certo grau

de emoção acompanha, forçosamente, o pensamento sobre nós mesmos ou sobre o que nos rodeia».

Também para Rubinstein (1973, p. 170) «a emoção exprime a relação positiva ou negativa em relação ao objecto sobre o qual se orientou e que para ela se torna atractivo ou repulsivo e implica assim o impulso, o desejo, a ambição, que estão orientados para ele ou fora dele. O impulso, o desejo e a ambição possuem sempre mais ou menos uma tonalidade emocional».

Para além das emoções induzidas “directamente”, existem também, segundo Damásio (2013, p. 81) «as que podem ser induzidas indirectamente e o indutor» poder «produzir o seu resultado de uma forma de certo modo negativa, bloqueando o desenvolvimento de uma emoção em curso», por exemplo, quando o Homem tem determinados objectivos que quer alcançar e não consegue por alguma razão, este irá ficar frustrado e/ou até zangado. Assim, estas emoções induzidas indirectamente podem ser também um objecto de estudo na área da cultura visual, na medida que conseguirá estudar certos comportamentos do Homem face a algo visual que não vá de encontro com às suas expectativas, aos seus objectivos e finalidades.

4.8.5 Emoções visuais

Porque é que esta peça/obra visual desperta em mim tanto interesse?

Porque é que gosto tanto desta imagem? Ou Porque é que não gosto nada desta imagem?

Porque é que sinto uma emoção e um sentimento especial ao observar esta fotografia?

O que é que esta obra possui para causar tanto impacto em mim?

O Homem já colocou inúmeras vezes estas questões a si mesmo.

Segundo Trachtenberg (2013, pp. 139-140) «a arte é a expressão da concepção de uma ideia». Para este autor a Natureza induz no Homem a «ideia», e por sua vez a «arte, através da imaginação, representa essa ideia, a fim de produzir emoções». Para o autor (2013, p. 142) «a imaginação» e a «capacidade criativa», são as leis principais da arte e de uma peça ou obra, sendo esta capacidade não «autógena» é necessário «estimular a sua actividade», sendo que assim os «elementos adquiridos pela percepção e pelas capacidades reflexivas, apresentados à mente pela memória, assumem uma nova forma sob a influência da imaginação».

A «imaginação» não é só a «atenção que contempla coisas, nem a memória que as traz de novo à mente, nem a comparação que analisa a sua relação, nem o juízo que pronuncia sobre elas uma afirmação ou uma negação», mas a «imaginação» necessita de «todas as faculdades, trabalhando com os elementos que proporcionam, juntando-os e combinando-os, criando» dessa forma «novas imagens ou novas ideias». As imagens fotográficas são as que melhor conseguem «compreender e sentir» a realidade (Figura 32).



Fig. 32 – Fotografia de Scott Bourne's, 2011. *Storytelling part 2*.
Fonte: BOURNE'S, S. (2011).

Com isto, segundo Trachtenberg (2013, p. 143) «a arte» tem a influência de apresentar aquilo a que se pode chamar «verdade emocional ou intelectual», ensinando o Homem a «sentir emoções na presença de uma obra», a qual muitas vezes representa «as emoções sentidas» pelo próprio artista, enquanto que, por sua vez a «fotografia» apresenta a «verdade material», induzindo o Homem a «tomar consciência das emoções próprias e a senti-las».

Como consequência, o autor faz uma distinção entre a fotografia e a fotografia artística (2013, p. 144): «a diferença entre Fotografia e Fotografia Artística é que, na primeira, o homem tenta atingir a objectividade da Forma que gera as diversas concepções que o homem tem de Forma, enquanto a segunda utiliza a objectividade da Forma para exprimir uma ideia preconcebida, a fim de transmitir uma emoção. A primeira é a fixação de um estado actual da Forma, a outra é a representação da objectividade da Forma, subordinada a

um sistema de representação. A primeira é um processo de indigitação; a segunda, um meio de expressão», e na «primeira» o Homem tenta representar algo que se encontra «fora de si próprio», enquanto que, na «segunda», o Homem tenta representar algo que se encontra «dentro de si». Porém, na «subjectividade, o homem esgotou a representação de todas as emoções características da Humanidade».

Segundo o autor (2013, p. 145) o Homem começou «a ser indutivo, em vez de dedutivo, nas suas expressões representadas (...) quanto mais analítico» for o Homem, mais este «se separa do sujeito e mais se aproxima da compreensão do objecto».

De um ponto de vista científico, Damásio (2013, pp. 105-106) afirma que a representação das emoções e dos sentimentos se faz através de um «substracto» que é pois «um conjunto de disposições neurais num certo número de regiões cerebrais localizadas maioritariamente nos núcleos subcorticais do tronco cerebral, hipotálamo, prosencéfalo basal e amígdala» (Figura 33).

Este «substracto» produz alterações, sendo as transformações mais importantes «a indução de comportamentos específicos, tais como (...) a exploração do ambiente, o relacionamento social»; «uma modificação do processamento dos estados corporais em curso, de tal modo que os sinais corporais possam ser filtrados ou não, selectivamente inibidos ou reforçados, e assim modificada a sua qualidade de agrado ou desagradado»; e «uma modificação no modo de processamento cognitivo de tal maneira que, por exemplo, a velocidade de produção de imagens auditivas ou visuais possa ser alterada (...) ou que a focagem das imagens possa ser alterada (de nitidamente focadas a desfocadas)»; estas modificações «de velocidade de produção ou de focagem das imagens são parte integral das emoções tão díspares como a tristeza ou a alegria».

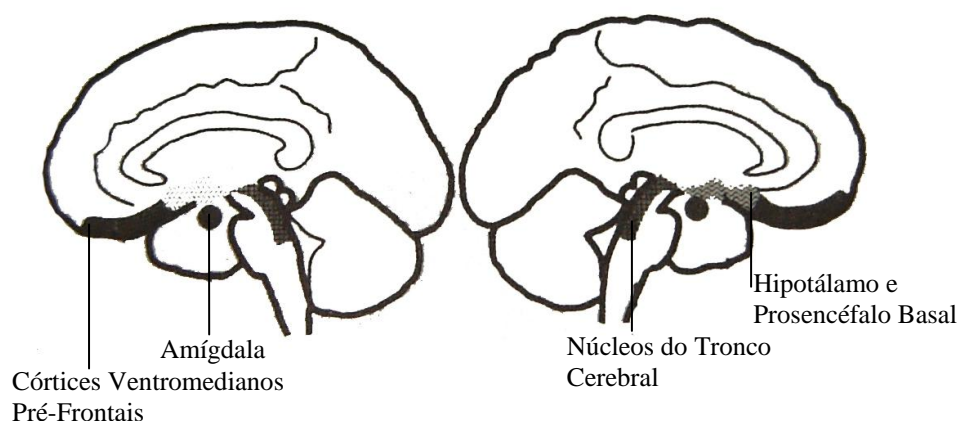


Fig. 33 – Ilustração das regiões ligadas à indução das emoções. Apenas uma destas quatro regiões é visível na superfície do cérebro. Todas se encontram localizadas perto da linha média do cérebro.
Fonte: DAMÁSIO, A., (2013).

4.9 Emoção *versus* sentimento

Sem excepções, quer o homem, quer a mulher, quaisquer que sejam as suas idades, as suas culturas, os seus graus de instrução, de conhecimento e os seus meios económicos, ambos têm emoções, encontram-se vigilantes às emoções de todos os outros que os rodeiam e, por sua vez, desempenham actividades que manipulam e induzem as suas próprias emoções, ora com o objectivo de evitar emoções desagradáveis, ora para procurar emoções agradáveis, que proporcionam a felicidade e o bem-estar da pessoa.

Emoções e sentimentos são constantemente confundidos entre si pelo Homem, porém diferem um do outro. Sentimento é assim definido, segundo Rubinstein (1973, p. 117): «o *sentimento* do homem é a sua relação, a sua posição face ao mundo, aquilo que experimenta e faz, na forma de uma vivência imediata», ou seja, pode-se afirmar que sentimento derivado do sentir é um estado afectivo de uma experiência que o ser humano vivenciou no momento, porém o sentimento possui uma disposição afectiva duradoura.

Segundo Damásio (2013, p. 55) existe alguma coisa muito particular «no modo como as emoções estão ligadas às ideias, aos valores, aos princípios e aos juízos complexos que só os seres humanos podem ter», é nesta «ligação» que está a noção de que a emoção humana é tão específica e especial.

A emoção dos seres humanos não tem só a ver com ter medo de algo ou ter satisfação de algo, mas sim, tal como Damásio (2013, p. 56) defende «o impacto de todas as causas da emoção (...) e de todas as tonalidades de emoção que estas provocam, subtis e não tão subtis, depende dos sentimentos gerados por essas emoções».

Tal como defende Rubinstein (1973, pp. 172-173) o sentimento é «o acto ou efeito de sentir», é pois um «estado afectivo que tem por antecedente imediato uma representação mental» e é uma «disposição afectiva» mais «duradora» que a emoção, exemplos de sentimentos sendo o amor, a paixão, a mágoa, o desgosto, entre outros.

De acordo com Damásio (2013, p. 56) «é através dos sentimentos, que são dirigidos para o interior e são privados, que as emoções, que são dirigidas para o exterior e são públicas, iniciam o seu impacto na mente». Para este autor, o Homem normalmente conhece os seus sentimentos, tem a consciência de os ter: «conhecimento de que temos um sentimento», no geral, o Homem está ciente dos seus sentimentos, embora haja alguns que o Homem não consegue determinar, por exemplo, por vezes sente-se «ansioso» ou «agradado» com algo, mas não tem consciência de como, quando e porque é que ficou a sentir-se assim. Segundo

Damásio (2013, p. 57) isto é devido ao facto de que «nem o sentimento, nem a emoção que a ele conduziu tinham estado na consciência clara e, no entanto, já estavam a desenrolar-se enquanto processos biológicos».

Posto isto, o autor (ibidem) faz uma abordagem separando três fases, a primeira fase é «o estado de emoção, que pode ser desencadeado e executado de forma não consciente»; a segunda fase é «o estado de sentimento que pode ser representado de forma não consciente»; e a terceira fase é «o estado de sentimento tornado consciente, isto é, conhecido pelo organismo que experimenta tanto a emoção como o sentimento».

Assim, é necessário que a consciência esteja presente para que «os sentimentos possam influenciar o sujeito que os tem, para além do aqui e agora imediato».

4.9.1 Sentir os sentimentos

Sob uma abordagem científica, o Homem sabe que tem uma emoção, quando se cria na sua mente um “eu” que sente. Segundo Damásio (2013, p. 333) «antes da existência» de um “eu” que sente, «não só em termos evolutivos mas individuais, existem respostas (...) que constituem uma emoção, bem como as subsequentes representações cerebrais que subjazem ao sentimento». Embora o Homem só saiba que sente uma emoção quando «essa emoção é representada como estando a acontecer» no seu «organismo».

De acordo com Damásio (2013, p. 334) o facto de o Homem sentir uma emoção baseia-se no facto de este «ter imagens mentais provenientes dos padrões neurais que representam as modificações do corpo e do cérebro», constituindo assim a «emoção». Embora quando o Homem sente um «sentimento» este só ocorra «depois» de se terem «construído as representações» indispensáveis «à consciência». Estas «representações significam a relação entre o organismo e o objecto (que neste caso é uma emoção), e o efeito casual» dessa emoção «sobre o organismo».

Damásio (2013, p. 337) sugere assim duas abordagens, a primeira, que «não existe um estado central do sentimento antes da ocorrência da respectiva emoção», sugerindo que «a emoção (expressão)» preceda o «sentimento», e na segunda abordagem, sugere que «ter um sentimento não é o mesmo que conhecer um sentimento», isto porque a reflexão sobre o sentir encontra-se num «plano funcional», que é a consciência.

Sob uma abordagem filosófica, cada vez mais o Homem vive numa sociedade que se caracteriza pelo sentir, assim defende Perniola (1993, p. 11), que «(...) é justamente no

plano do sentir que a nossa época exerceu o seu poder. Talvez por isso ela possa ser definida como uma época estética: não por ter uma relação privilegiada e directa com as artes, mas mais essencialmente porque o seu campo estratégico não é o cognitivo, nem o prático, mas o do sentir, o da *aisthesis*».

Para Perniola (1993, p. 18) o pensar e o agir tornaram-se no sentir e «sentir é poder». O Homem ao sentir possui poder, tal como exemplifica: «(...) hoje, mais do que nunca, sentir é poder. Tornou-se poder, justamente passando sob a forma do já sentido». Embora para Perniola (1993, p. 12) este sentir seja um sentir “em segundo plano”, ou seja, o plano do «já sentido», tal como afirma: «a nós, pelo contrário, os objectos, as pessoas, os acontecimentos apresentam-se como algo já sentido, que vem ocupar-nos com a tonalidade sensorial, emotiva, espiritual já determinada», isto porque para Perniola (1993, p. 20) «é como se a experiência do sentir em primeira instância fosse deslocada para fora de nós, para aquilo que reflectimos, tacteamos, ecoamos, enquanto para nós estaria reservado um sentir substituto e que vem a seguir, reflexo, retoque e eco do primeiro. O especularismo sensitivo é pois uma espécie de ressentir que diz respeito não apenas às emoções psicológicas e às representações culturais, mas também às sensações mais primordiais do indivíduo, enquanto natureza viva».

4.9.2 Para que servem os sentimentos?

De acordo com Damásio (2013, p. 339) «poder-se-ia argumentar que as emoções sem sentimentos seriam mais do que suficientes para a regulação da vida e para a promoção da sobrevivência», embora para esta «regulação da vida» os «sentimentos» sejam imprescindíveis. As emoções têm utilidade «em si mesmas», contudo é «o processo do sentir» que avisa o «organismo para o problema que a emoção começou a resolver».

Deste modo, o «processo» de sentir inicia-se ao fornecer «ao organismo o incentivo para se ocupar dos resultados da emoção (...)».

O facto de o Homem sentir também estabelece uma ligação para uma outra «etapa», sendo esta «o sentimento de conhecer que sentimos», onde por sua vez, «o conhecer» é a ligação estabelecida que o cérebro do ser humano produz para «o processamento de planeamento de respostas específicas e não estereotipadas que podem, quer completar uma emoção, quer garantir que os ganhos imediatos obtidos pela emoção possam ser mantidos ao longo do tempo», ou seja, «sentir os sentimentos» amplia o «alcance da emoção», na medida, que

facilita a capacidade de resposta consoante cada situação, que é produzida pela consciência. Com isto, a «consciência» vem mostrar também «toda uma gama de acontecimentos sensoriais».

Estreitamente ligados à consciência estão os «sentimentos de fundo». Segundo Damásio (2013, p. 341) estes «provêm das emoções de fundo, e estas emoções, embora mais dirigidas para o interior do que para o exterior, são observáveis pelos outros através da velocidade e desenho» dos movimentos do Homem, bem como do «tom de voz» e do «discurso», exemplos deste tipo de sentimentos são «(...) energia, fadiga, excitação, bem-estar (...) tensão, entusiasmo (...) estabilidade, instabilidade, equilíbrio, desequilíbrio, harmonia, discórdia», entre muitos outros.

4.9.3 A ligação obrigatória dos sentimentos ao corpo

Segundo Sartre (2008, p. 86) existe uma ligação da «significação» das emoções e dos sentimentos ao corpo, tal como este defende: «(...) em ligação imediata com o nosso corpo, vivemos e sofremos com a sua significação, e é com a nossa própria carne que a constituímos; mas ao mesmo tempo essa significação impõe-se, ela nega a distância e entra em nós (...) é a expressão do rosto, são os movimentos do corpo do outro que vêm formar um todo sintético com a perturbação do nosso organismo».

Uma teoria apresentada por William James (cit. por Damásio, 2013, p. 343) também afirma que «os sentimentos são, em larga medida, um espelho modificador do estado corporal».

Explorando este assunto cientificamente, Damásio (2013, p. 343) acrescenta ainda que, em primeiro lugar, «as respostas emocionais dirigem-se tanto ao corpo propriamente dito como ao cérebro»; em segundo lugar, «o cérebro produz importantes modificações no processamento neural, que constituem uma parte substancial daquilo que vem a ser percebido como sentimento»; em terceiro lugar, «o corpo deixa de ser o teatro exclusivo das emoções e, conseqüentemente, deixa de ser a origem única dos sentimentos», tal como William James determinou; e por último, em quarto lugar, a «origem dos sinais respeitantes ao corpo pode ser “virtual”, pode basear-se numa representação do corpo “como se”, em vez de numa representação do corpo “como é”».

Outro facto apontado por Damásio (2013, p. 351) é o da noção de «aprendizagem» dependente da emoção e com a ajuda do corpo, ou seja, por exemplo, «se o leitor tiver

alguém que lhe conte duas histórias comparáveis, com um número igual de factos e que apenas diferem porque numa delas alguns dos factos têm um elevado conteúdo emocional, o leitor lembrar-se-á de um número muito maior de pormenores da história emotiva do que da outra». Esta mesma noção poderá aplicar-se a uma obra visual, pois se uma determinada obra visual contiver um elevado conteúdo emocional, face a outras, esta ficará retida na memória da pessoa durante muito mais tempo e distinguir-se-á com maior sucesso.

4.9.4 O sentir e o sublime

Contextualizando, segundo Kant (1998, p. 97) o «juízo estético» é oriundo do «sentimento» e funciona no ser humano como intermediário entre a «razão e o intelecto». Para Kant (ibidem), os «sentimentos de prazer e desprazer» estão ligados às «sensações estéticas» e pertencem ao sujeito. Estes são «sentimentos subjectivos», não lógicos que emitem o conceito do «belo», sendo estes também que formam o «juízo de gosto». A percepção de um objecto ou fenómeno instiga a sensação de prazer no ser humano.

De acordo com o autor «o agradável, o belo, o bom» designam «três relações diversas das representações ao sentimento de prazer e desprazer (...)».

Para Kant (1998, p. 92) o «agradável é o que apraz aos sentidos na sensação». Estando direccionado para o nível pessoal do sujeito, ou seja do Homem.

Segundo Kant (1998, p. 99) «O belo é o que é representado sem conceitos como objecto de um comprazimento universal» e necessário, sendo que o comprazimento é o agrado, transmitindo e originando prazer, sensação.

E de acordo ainda com Kant (1998, p. 94) «o bom é o que apraz mediante a razão pelo simples conceito», ou seja «para considerar algo bom preciso saber sempre que tipo de coisa o objecto deva ser, isto é, ter um conceito do mesmo», pois o «bom» pressupõe uma conformidade a fins objectivos, referentes a um fim determinado.

Segundo Kant (1998, pp. 137-138) «o belo concorda com o sublime no facto de que ambos aprazem por si próprios», acrescentando: «O sublime comove, o belo atrai».

Na filosofia de Kant e de uma forma resumida, o «sublime» é uma espécie de sentimento de terror e de prazer em simultâneo que se sente quando se está face a algo de grande magnitude, não se conseguindo igualar essa “sensação” com uma intuição sensorial imediata, pois o que é «sublime» tem o poder de ultrapassar as capacidades sensoriais.

Para Kant (1998, p. 154) o sublime é o «que é absolutamente grande» ou ainda (p. 144) «é aquilo em comparação com o qual tudo o mais é pequeno». O sublime «produz uma comoção», sendo a «comoção» uma emoção violenta. De acordo com o autor (pp. 151-152) o «sublime» é o sentimento «de grande força», do «incomensurável e do transcendente».

Para Kant (1998, pp. 165-166) o «sublime é o que apraz imediatamente pela sua resistência contra o interesse dos sentidos». O «sublime» é o «supra-sensível». Posto isto, na filosofia de Kant, o «sublime» são as ideias da razão do Homem, e são essas ideias que vão dar origem às sensações de prazer.

Para Perniola (1993, p. 75), na «arqueologia do sentir» também se encontra o sublime, pois tal como defende «(...) existe na estética do sentimento e na sabedoria do sentido algo mais do que a mera experiência subjectiva da unidade da natureza e do mero conhecimento comovido da unidade da história: trata-se dos afectos e das emoções suscitados por aquilo que se apresenta como irreduzível ao cálculo económico e ao bem-estar individual. Sentir o incalculável e o espantoso é o desafio que enfrentam o sentimento e o sentido (...)», sendo que este sentimento estético está ligado ao sublime.

Posto isto, segundo Perniola (1993, p. 77) «(...) O sublime coloca-se assim no pólo oposto do agradável: (...) o sublime não se satisfaz com a qualidade fornecida pelo belo, mas visa um uso supra-sensível do próprio sensível. O seu sentir não se detém na bela aparência, mas vai mais longe, no sentido da destruição desta: ele é animado por uma tendência iconoclasta (...) É precisamente da abolição das imagens que nasce um impulso ilimitado, um entusiasmo sem freio: alimenta-o o sentimento de emancipação em relação às necessidades e aos limites da vida sensível: purifica-o a ausência de fantasias; eleva-o para além de toda a determinação positiva o próprio carácter imprescrutável da ideia de liberdade. O sublime é assim, no fundo, um sentir abstracto e negativo, que se alimenta do movimento de ultrapassamento da sensibilidade, que não pára diante de nenhuma exibição, que pode prosseguir o seu movimento apenas na condição de recusar toda a determinação positiva, de se ultrapassar a si próprio incansavelmente, de tender incessantemente para um ideal inacessível (...)»

Assim, Perniola (1993, p. 78) defende que «(...) para Kant a validade universal e necessária do sentimento de sublime não necessita de legitimação, porque é fundada *a priori* na natureza humana: ao contrário do gosto do belo, que pretende o consenso, solicita

a participação e favorece a socialidade, o entusiasmo, a comoção, o sentimento do sublime é tão inseparável da ideia moral do bem que exige *a priori* a adesão de todos. (...) sublime, na sua maneira particular, é de facto o sentir revolucionário que encontrará tantas ocasiões para se exprimir desde o final do século XVIII em diante.

4.10 Origem das cores

A cor é uma forma de luz, é uma das formas segundo a qual os nossos olhos interpretam as diferentes espécies de luz. De acordo com Heller (2007, p. 282), «Newton deixou passar um raio de luz por um prisma de vidro, que decompunha o raio de luz em sete raios, cada um de cor distinta, formando a série de cores (...)» (Figura 34).

Segundo Rubinstein (1973, pp. 109-110), a luz é composta por «ondas electromagnéticas», ou seja, ondas invisíveis, e cada onda tem o seu tamanho específico, denominado de «comprimento de onda». Cada «cor é composta por diferentes comprimentos de onda» que os nossos olhos são capazes de detectar, vendo-os como cores diferentes. A «luz branca», tal como a «luz do Sol», é no fundo uma «combinação de luz de todas as cores» do arco-íris. Os objectos parecem-nos coloridos porque «soltam ou reflectem» apenas «determinados comprimentos de onda da luz».

O ser humano consegue visualizar as diferentes cores devido ao «espectro da luz branca». Se se passar uma «luz branca» através de um «prisma» este vai separar os diferentes «comprimentos de onda da luz». O «prisma» separa os diversos «comprimentos de onda» em quantidades diferentes, formando assim uma «faixa de cores» a que se chama «espectro da luz branca ou espectro visível». As sete cores principais são o vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta, sendo o vermelho a cor com «maior comprimento de onda» e o violeta a cor que tem «menor comprimento de onda».

As cores variam, dependem e distinguem-se entre si devido à luminosidade, intensidade, contrastes, saturação, tons e temperaturas de cor (Figura 35).

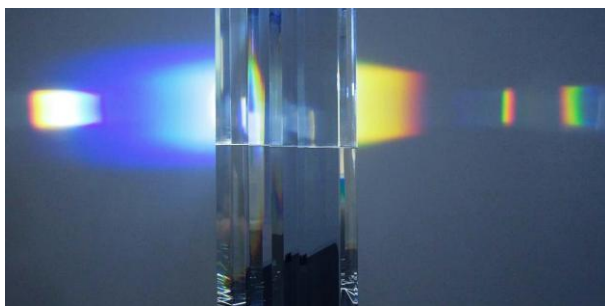


Fig. 34 – Instalação (Prisma óptico por onde passa a luz). *Ray of Light*, 2013, Tokyo, de Tokujin Yoshioka. Fonte: <http://www.tokujin.com/en/art/artpiece/#gallery-rayoflight%E2%80%82%E2%80%822013>.



Fig. 35 – Círculo Cromático – Tons. Fonte: PAVEY, D. (2010).

4.11 Cores e estados emocionais

As cores associam-se a determinadas sensações e emoções que actuam de determinadas formas no ser humano. Não só as cores actuam e influenciam o ser humano, como também cada cor que o Homem vê contém simbolismo e é determinada pelo seu contexto, podendo provocar sentimentos positivos e/ou negativos, tal como defende Heller (2007, pp. 17-18): «conhecemos bastantes mais sentimentos do que cores. Por isso, cada cor pode produzir efeitos distintos, frequentemente contraditórios. Uma mesma cor actua em cada ocasião de forma diferente». Sendo o contexto e a cultura as normas pelas quais a cor é considerada «agradável e adequada» ou não, Heller (2007, p. 18) afirma também que «nenhuma cor carece de significado. O efeito de cada cor está determinado pelo seu contexto, ou seja, pela ligação de significados na qual entendemos a cor».

As cores dividem-se e diferenciam-se em primárias, secundárias e terciárias ou misturas subordinadas (Figura 36). De acordo com Heller (2007, pp.18-19) as «cores primárias» são o «vermelho, amarelo e azul», as «cores secundárias» são o «verde, alaranjado e violeta» e as «misturas subordinadas» são o «cor-de-rosa, cinzento e castanho». Num «sentido psicológico» estas cores juntamente com o preto, o branco, o dourado e o prateado, não podem ser «substituídas».



Fig. 36 – Cores primárias, secundárias e terciárias.

Fonte: BARROS, L. R. M. (2009).

Segundo Rubinstein (1973, p. 129) os «efeitos cromáticos» são devidos não só à «influência fisiológica directa no organismo» como também às «associações que produzem as cores por causa de experiências anteriores». Com isto, algumas cores têm o poder de agitar o «sistema nervoso» e outras, por outro lado, possuem o poder de acalmá-lo (Figura 37).

Posto isto, as cores influenciam os sentimentos e provocam determinadas emoções. Segundo Goethe (cit. por Rubinstein, 1973, p. 129), as cores classificam-se em «estimulantes, vivificantes ou animantes» e em cores que produzem um «sentimento de depressão» ou inquietação, onde as cores vivas e quentes estão associadas às «estimulantes» e as cores frias estão associadas às de inquietação e melancolia.

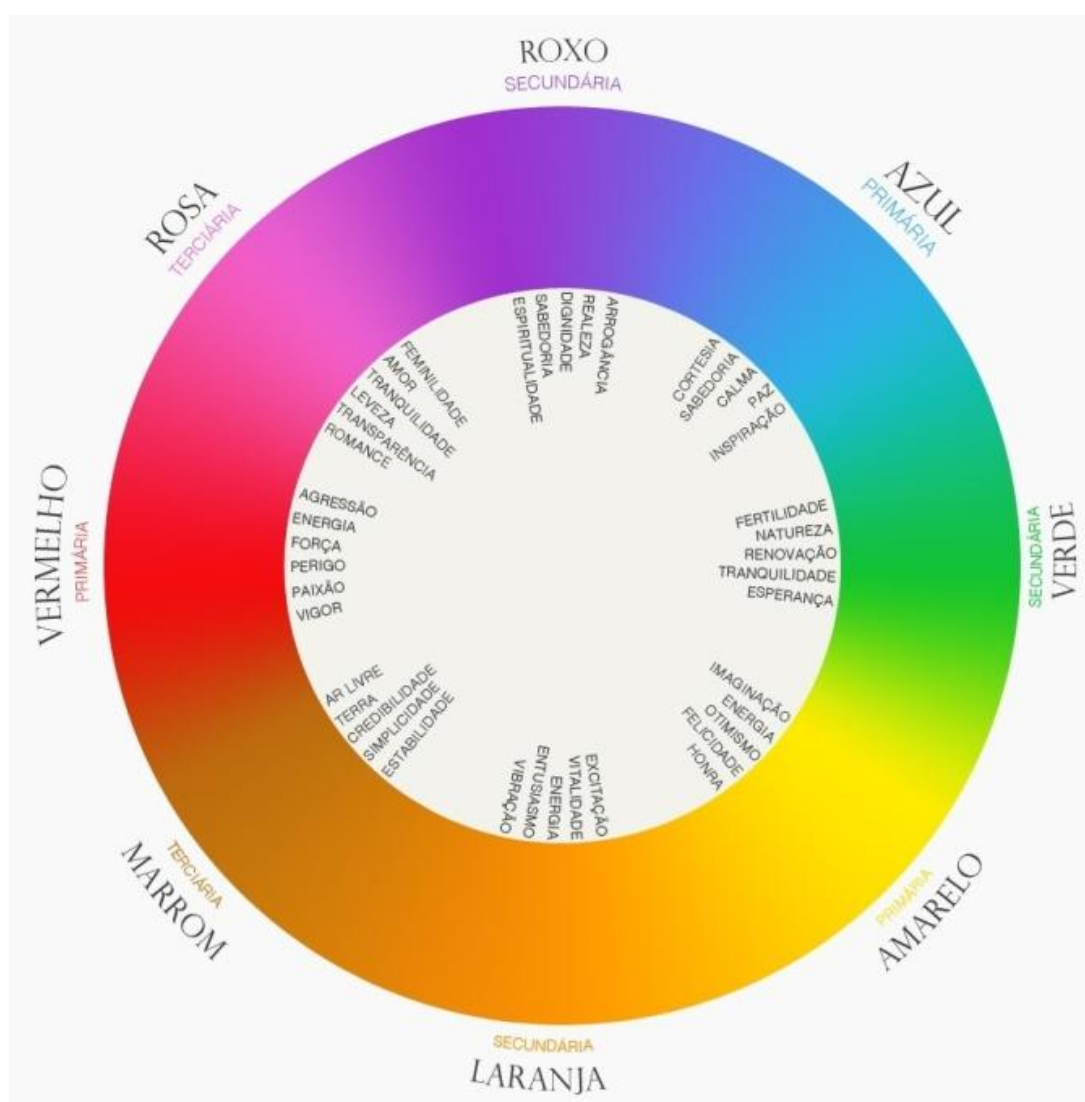


Fig. 37 – Psicologia das Cores.

Fonte: <http://www.ticsnaeducacao.com.br/index.php?id=10828>

As cores têm o poder de produzir no ser humano um certo «efeito fisiológico» bem como produzir determinadas relações de «associações», tal como defende Rubinstein (1973, p. 129): «a cor azul recorda o azul do céu, (...) o laranja recorda uma chama».

Com isto, as cores não só se associam e têm determinados efeitos psicológicos como também actuam no ser humano, levando-o a ter diversas emoções.

Sendo assim, de acordo com Heller (2007, p. 23) o azul é uma cor fria, é a cor que mais se relaciona com «a simpatia, a harmonia, a amizade e confiança», pois «estes são os sentimentos que só se confirmam com o tempo (...) e que se baseiam sempre na reciprocidade». Apesar de ser uma cor que acalma, segundo Rubinstein (1973, p. 130) o azul é também «sério, carinhoso, triste, nostálgico, pacífico e sentimental».

O vermelho sendo uma cor quente, é a cor dos opostos, do «amor ao ódio». Segundo Rubinstein (1973, p. 130) o vermelho «estimula, suaviza, vivifica, activa, dá energia e é rico em associações», pode-se afirmar que é a cor da felicidade, do movimento, do entusiasmo, da confiança, e tem o poder de «aumentar a pressão», a «pulsação», a «respiração» e o «ritmo cardíaco» do ser humano.

Segundo Heller (2007, pp. 182-183) o laranja sendo uma mistura do vermelho e do amarelo, é uma cor quente, «exótica e chamativa» que está associada à «diversão», à alegria, ao optimismo, à energia, coragem e à «sociabilidade».

Por sua vez, o amarelo é uma cor contraditória, de acordo com Heller (2007, p. 85) o amarelo é animador, alegre, divertido, atractivo e optimista. Segundo a autora (2007, p. 82) o amarelo também é a cor que se associa aos «ciúmes», à «traição» e à «mentira», mas também é a cor do «espontâneo e da impulsividade». O amarelo estimula no Homem processos mentais, a memória, a inteligência e o sistema nervoso.

De acordo com Rubinstein (1973, p. 130), o verde, sendo uma cor intermédia, é a cor da esperança, é «tranquilo» e cria um «sentimento de agradável». Também é uma cor «rica em associações», pois é uma cor que se associa ao saudável, ao natural, tendo o poder de aliviar o *stress*, o nervosismo, a depressão e a ansiedade no Homem.

O violeta é em simultâneo « atractivo e repelente », «cheio de vida mas ao mesmo tempo conduz» para a «nostalgia» e «melancolia». Segundo Heller (2007, p. 191) é a cor do «poder, da magia, do singular e do extravagante». Estimula a criatividade e a intuição no ser humano.

Por fim, a cor branca, que é uma cor «acromática», ou seja, neutra e que segundo Heller (2007, p. 153), é a cor da tranquilidade, da frescura, da «inocência e do vazio». Contrariamente ao preto, que também é uma cor neutra e que se associa a sentimentos mais sombrios e pesados, de acordo com Heller (2007, p. 125) é cor da «negação», embora esta também seja igualmente contraditória, pois é uma cor associada à «elegância», ao «poder» e ao mistério, conseguindo evocar emoções fortes.

Assim as cores possuem uma certa «força de expressão». Segundo Rubinstein (1973, p. 130), as cores não são só o «resultado de associações, nem de transmissão de simbolismo cromático». A «força de expressão» trata-se de uma «qualidade» natural da cor e «depende da adaptação da pessoa com quem se faz a experiência», provocando-lhe sempre inúmeras e diversas emoções e sensações, sendo algumas observáveis no aspecto físico do Homem, produzindo diferentes juízos e sentimentos.

Também a cor possui o poder de captar a atenção do observador através do seu domínio emotivo, conseguindo igualmente impressionar, provocar diversas emoções e sensações e ser «construtiva», pois esta tem «significado» e possui um simbolismo, permitindo assim comunicar diversas ideias e estados emocionais.

5

Projecto

5.1 Descrição do projecto: *picture book*

O presente trabalho tem como objectivos a criação de peças visuais que despertem e provoquem as emoções do observador, sendo a sua finalidade apresentar o resultado de ensaios onde existam a exploração de composições sensoriais, visuais, espontâneas e intuitivas. A problemática deste trabalho é precisamente a exploração visual de emoções por meio da comunicação visual e da cultura visual.

Sendo a emoção uma parte essencial e vital da vida do ser humano, que descreve uma classe especial de estados mentais, de alterações fisiológicas ou de comportamentos; são estas fracções, os aspectos diferenciáveis, mas indissociáveis de toda a emoção, diferindo sempre de pessoa para pessoa.

Assim, denominado por *Emoções Visuais, - Investigação semântica a partir da descontextualização da realidade*, o projecto pretende provocar no observador emoções que são transmitidas através de peças visuais, as quais foram inspiradas pelo meio envolvente que rodeia o Homem e pelo próprio ser humano.

O presente trabalho apresenta uma selecção das peças visuais criadas, as quais estão divididas por sub-temas que, de certa maneira, se relacionam entre si e são indissociáveis, sendo estes parte integrante do projecto e fonte de inspiração:

- O ser Humano, onde exploro visualmente emoções, através de partes do corpo, de sombras e de expressões;
- A Natureza, onde exploro visualmente emoções, não só através dos quatros elementos, água, fogo, terra e ar, mas também de seres vivos;
- A luz, na qual exploro diferentes ambientes espontâneos através de diversas técnicas;
- A cor, na qual exploro diferentes emoções visuais por meio de diversas técnicas intuitivas, induzindo diversos estímulos visuais;
- O objecto, do qual procuro, através de técnicas distintas, extrair o máximo de estímulos sensoriais;
- O abstracto, onde procuro no invisível emoções visuais, combinando composições visuais, sensoriais e intuitivas.

Com isto, a peça final é um *picture book*, onde cada página é singular, particular e diferente, algumas páginas são impressas em diferentes tipos de papel, com diversas texturas, com o objectivo assim de induzir ao observador estímulos visuais e sensoriais diversificados.

O *picture book* apresenta uma selecção restrita de todos os ensaios visuais que explorei e realizei, através de várias técnicas, materiais e suportes. É composto por uma selecção restrita de 352 imagens, de um total de 2581 imagens digitais que colhi e trabalhei.

Em relação às características físicas do projecto, o *picture book* apresenta papéis do tipo normal, aguarela, conqueror branco e amarelo, acetatos, papel vegetal, papel prateado, papel com acabamento brilhante, veludo e papel autocolante branco e prateado. Apresenta também ainda um separador, a luz, pintado com tinta fluorescente, que brilha no escuro. Possui as medidas de 20x27cm, com um total de 353 páginas.

5.2 O ser humano

*É um ser vivo. É vida. É a essência. É corpo.
É existência. É função. É um organismo.
É o Homem.*

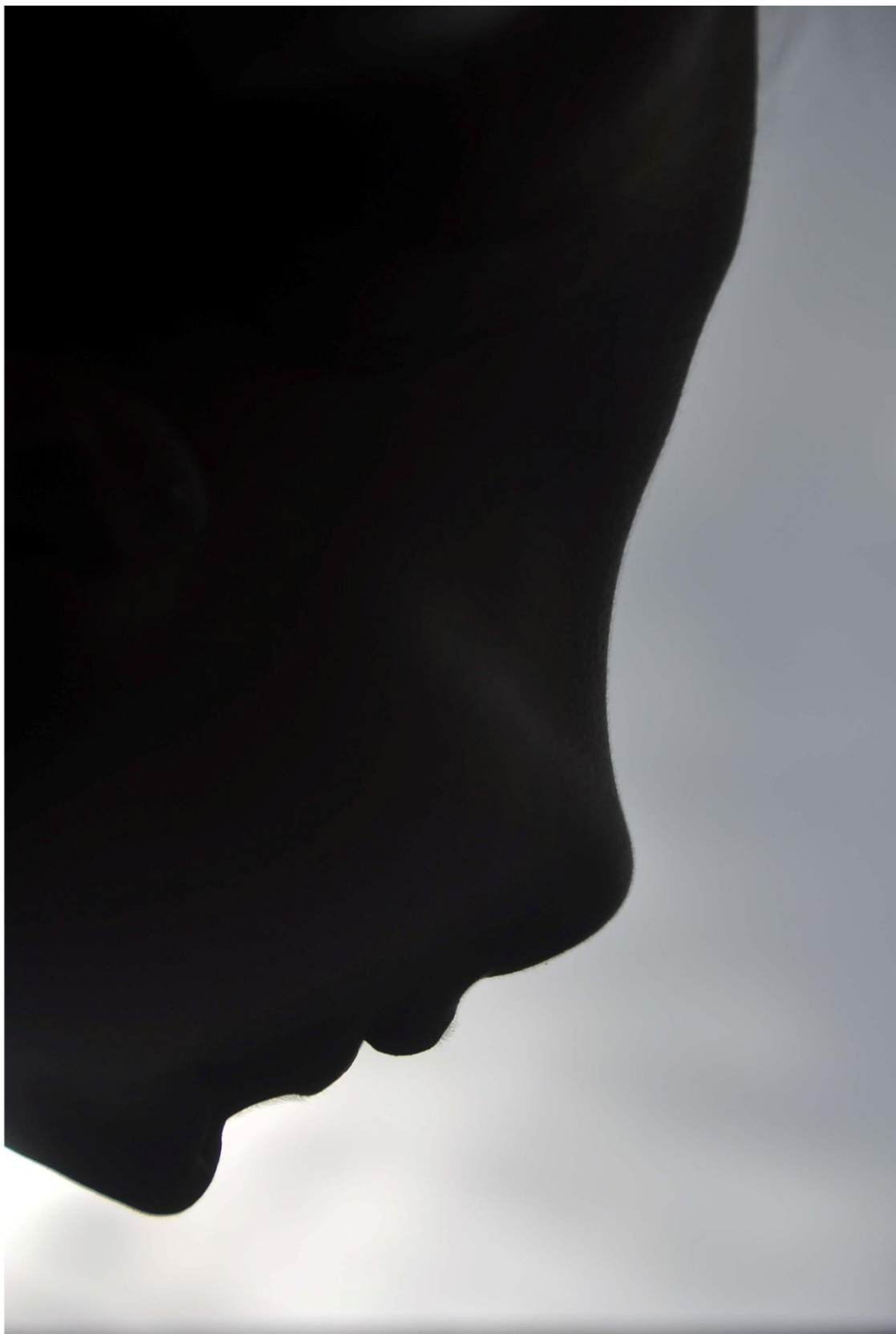


Fig. 38 – Fotografia digital

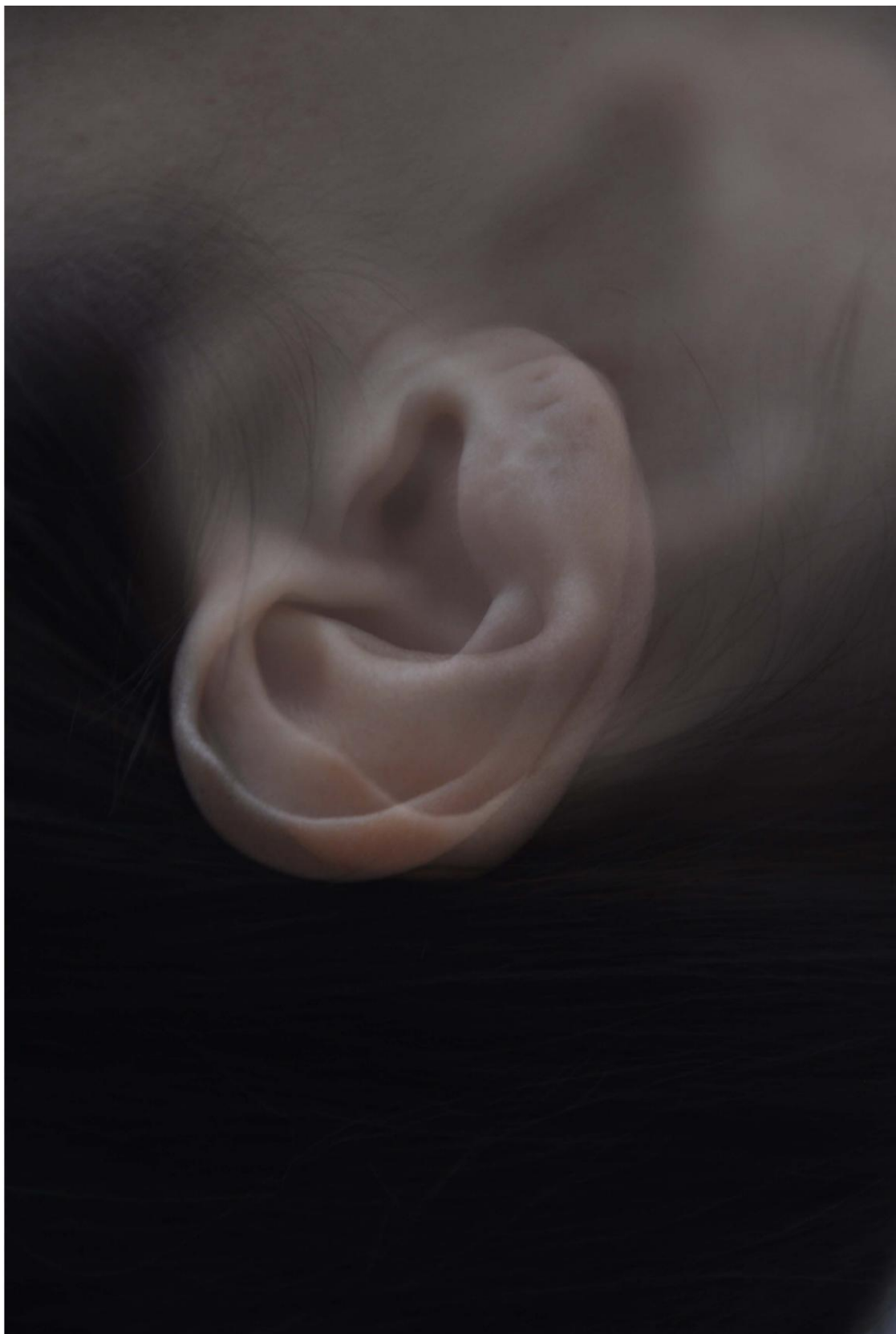


Fig. 39 – Fotografia digital com a técnica de exposições múltiplas



Fig. 40 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 41 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição digital



Fig. 42 – Fotografia digital com a técnica de exposições múltiplas



Fig. 43 – Fotografia digital



Fig. 44 – Fotografia digital



Fig. 45 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição digital



Fig. 46 – Fotografia digital



Fig. 47 – Fotografia digital com atécnica de projecção de imagens sobre o corpo



Fig. 48 – Fotografia digital com a técnica de projecção de imagens sobre o corpo

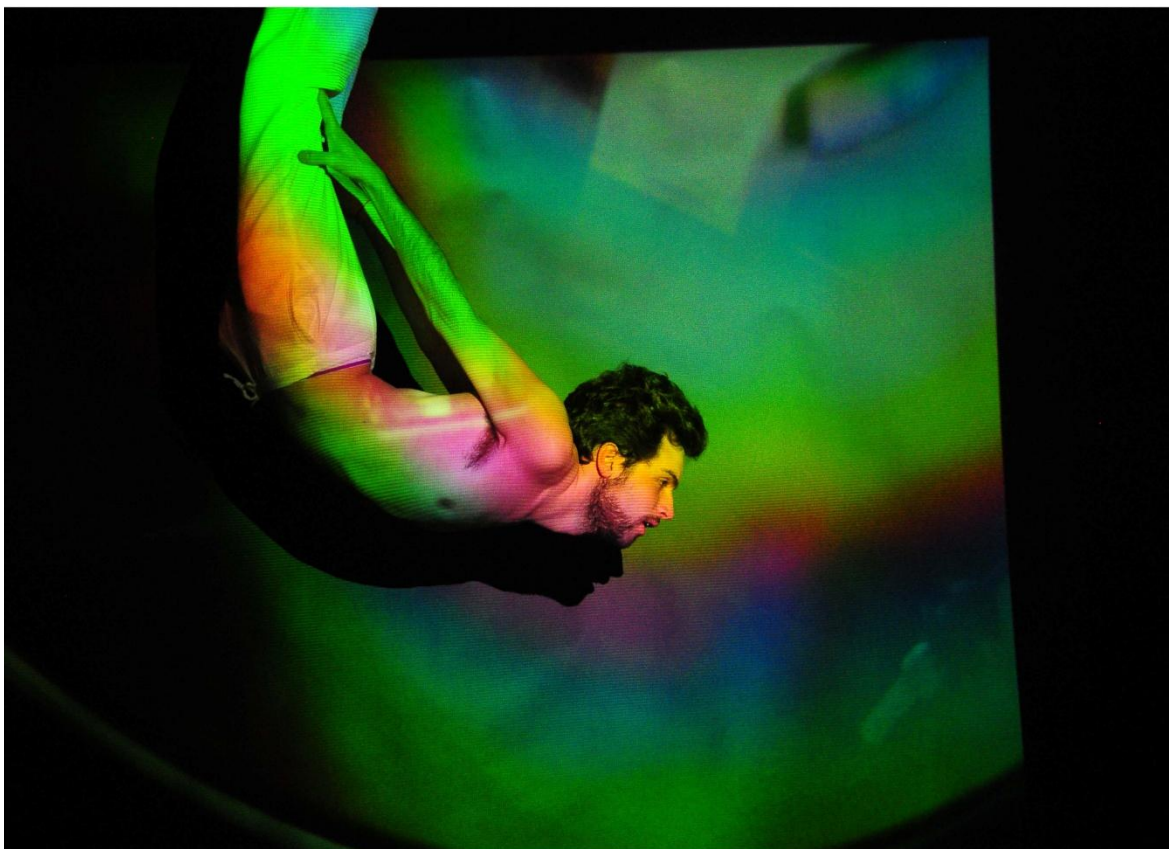


Fig. 49 – Fotografia digital com a técnica de projecção de imagens sobre o corpo



Fig. 50 – Fotografia digital

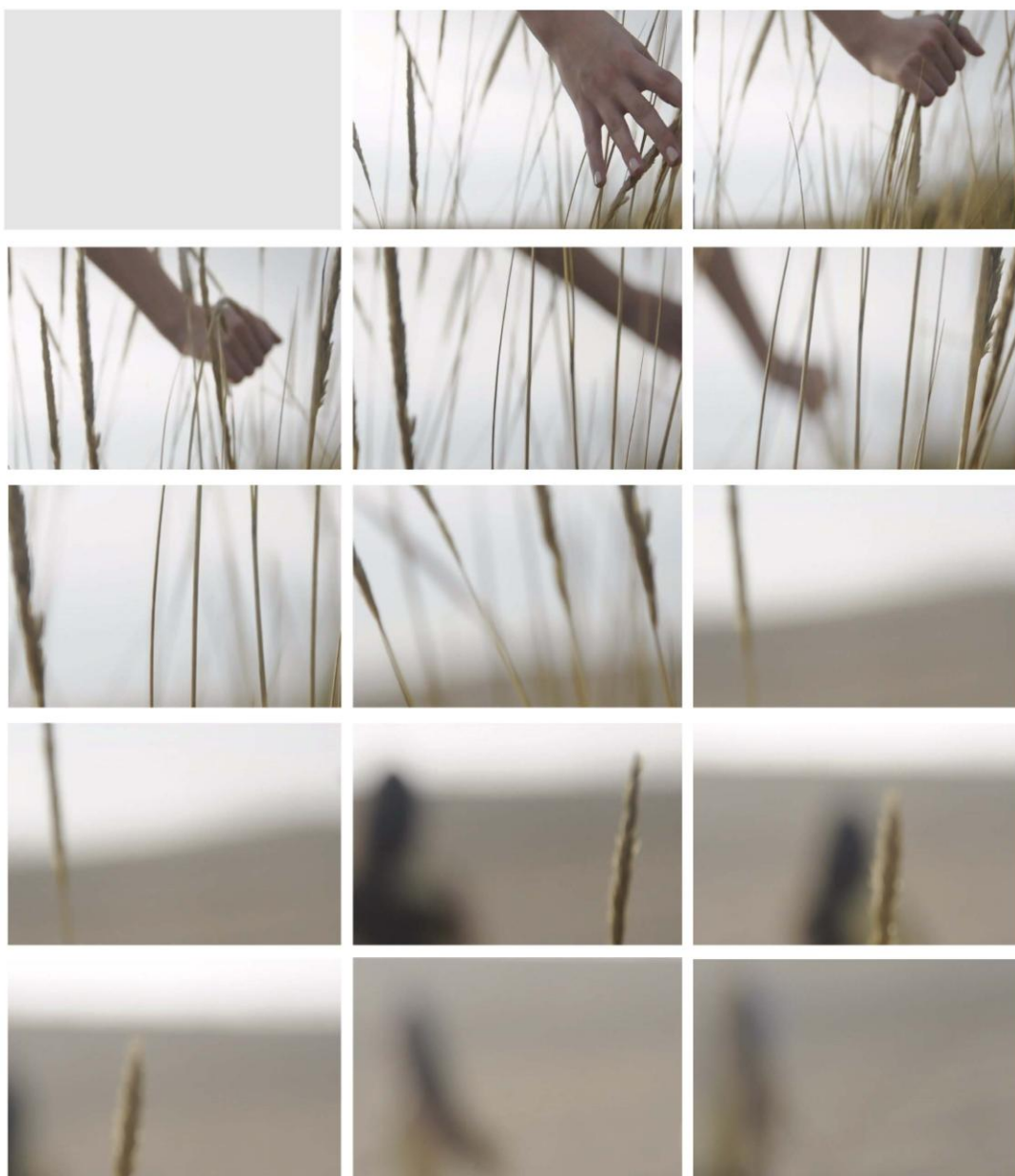


Fig. 51- Frames do filme *SENSES*

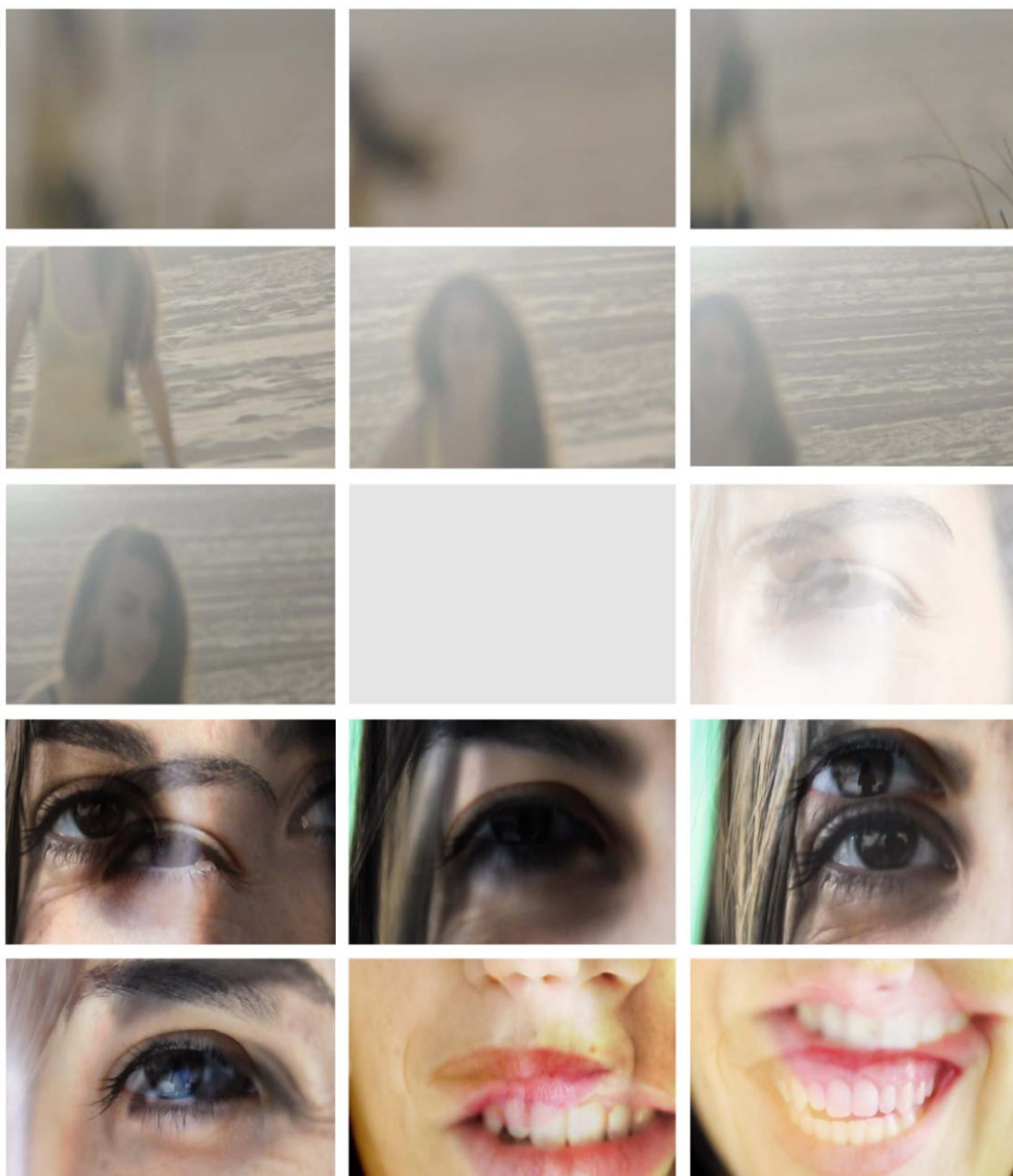


Fig. 52- Frames do filme *SENSES*

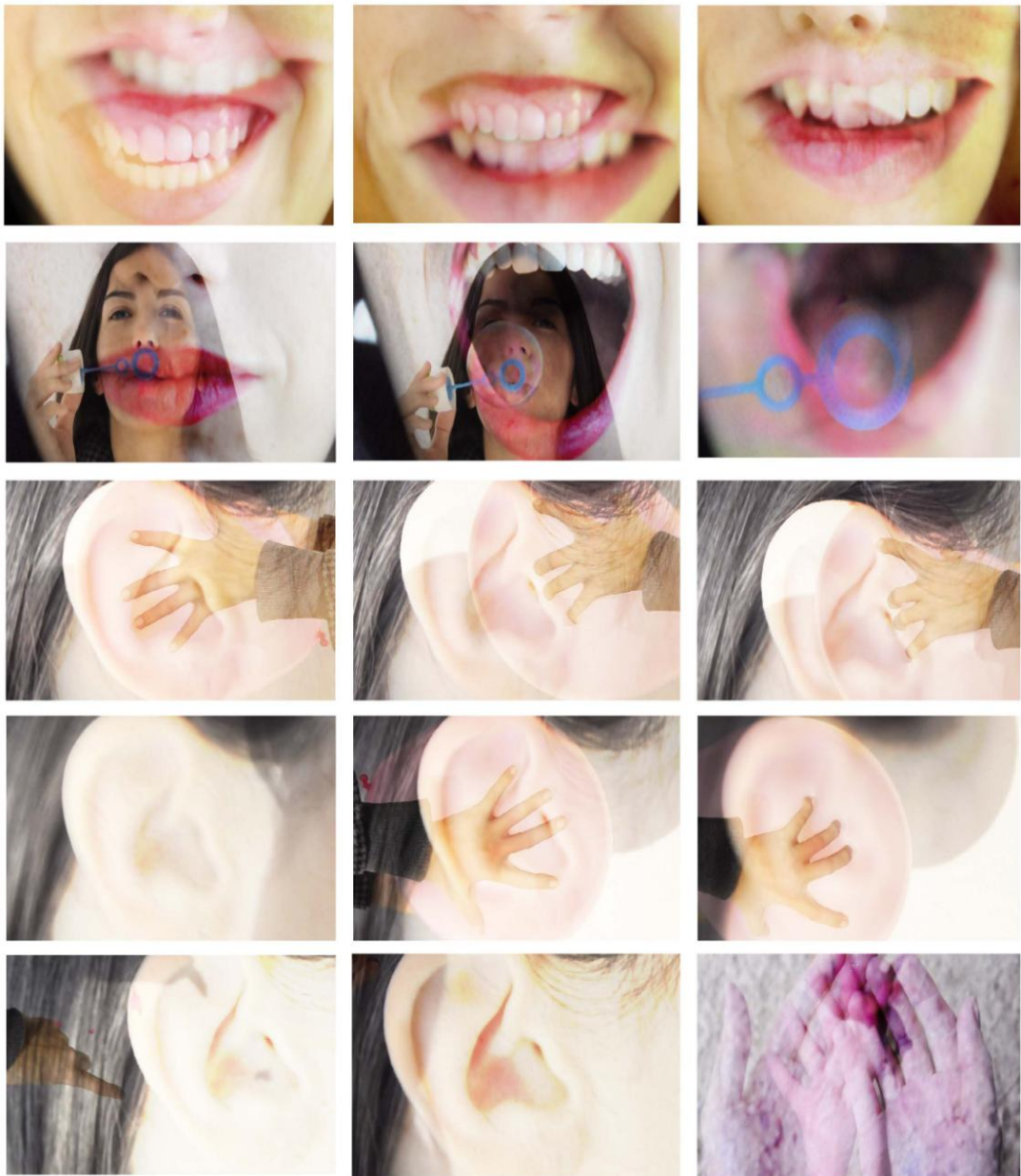


Fig. 53- Frames do filme *SENSES*

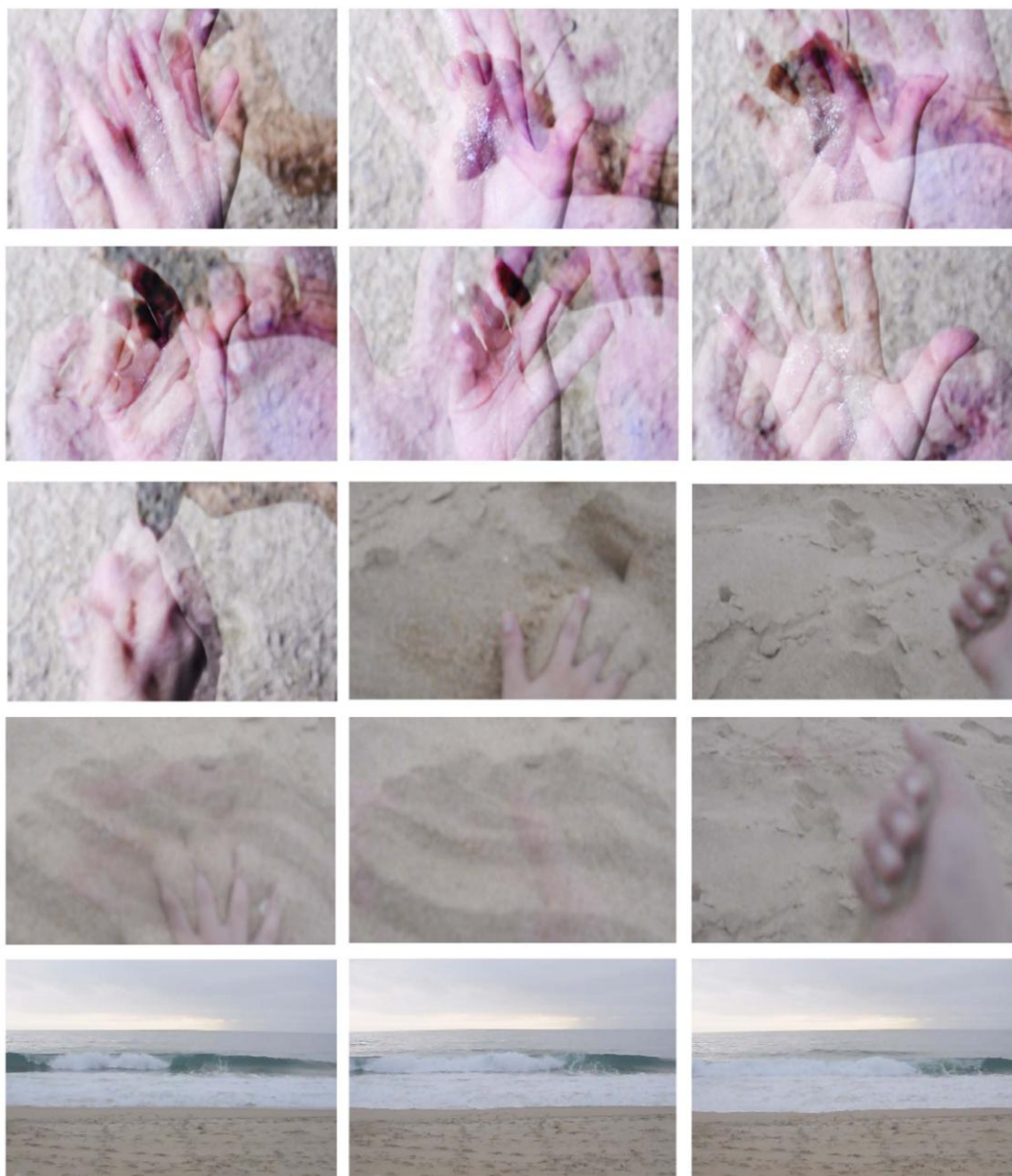


Fig. 54- Frames do filme *SENSES*

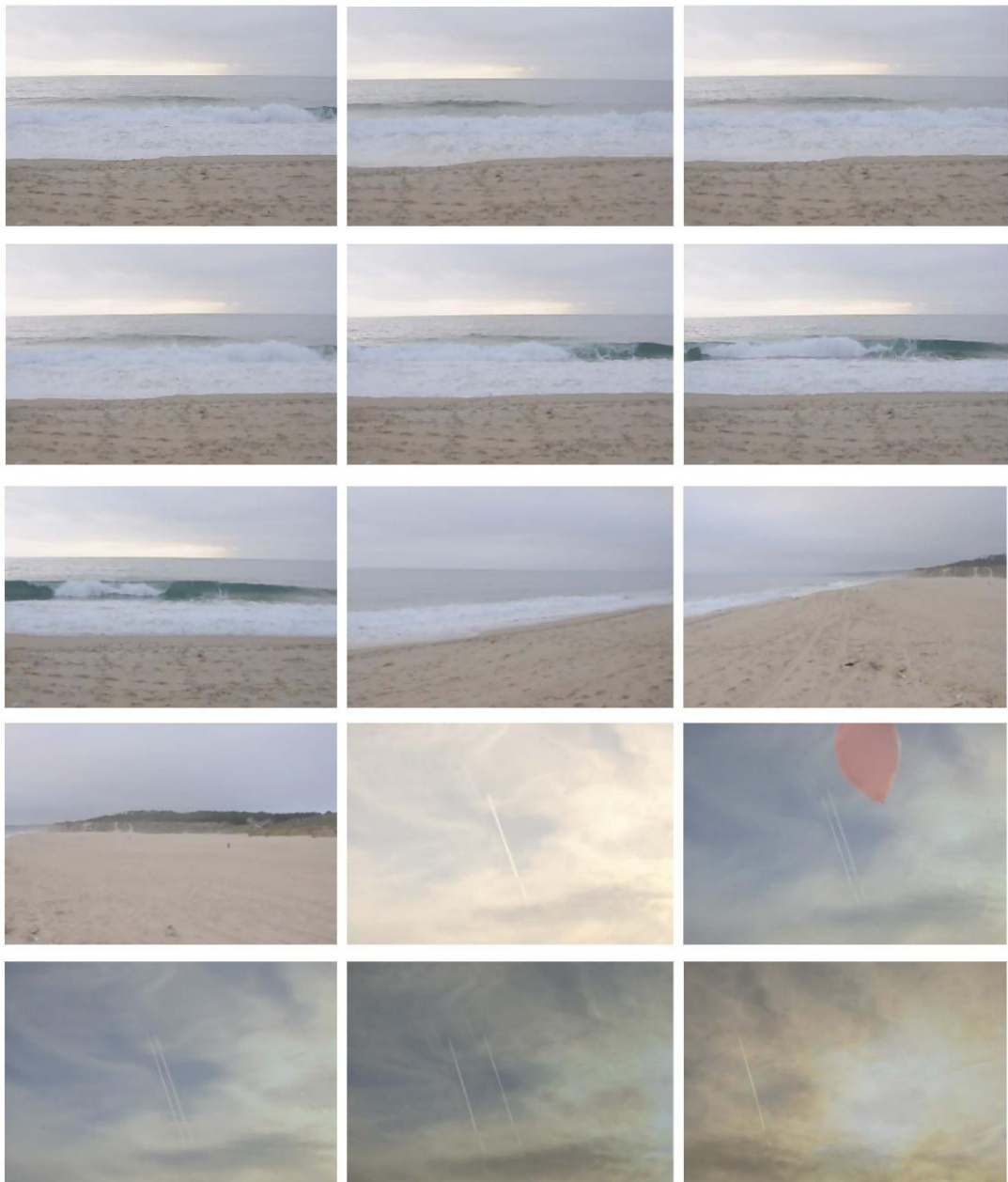


Fig. 55- Frames do filme *SENSES*

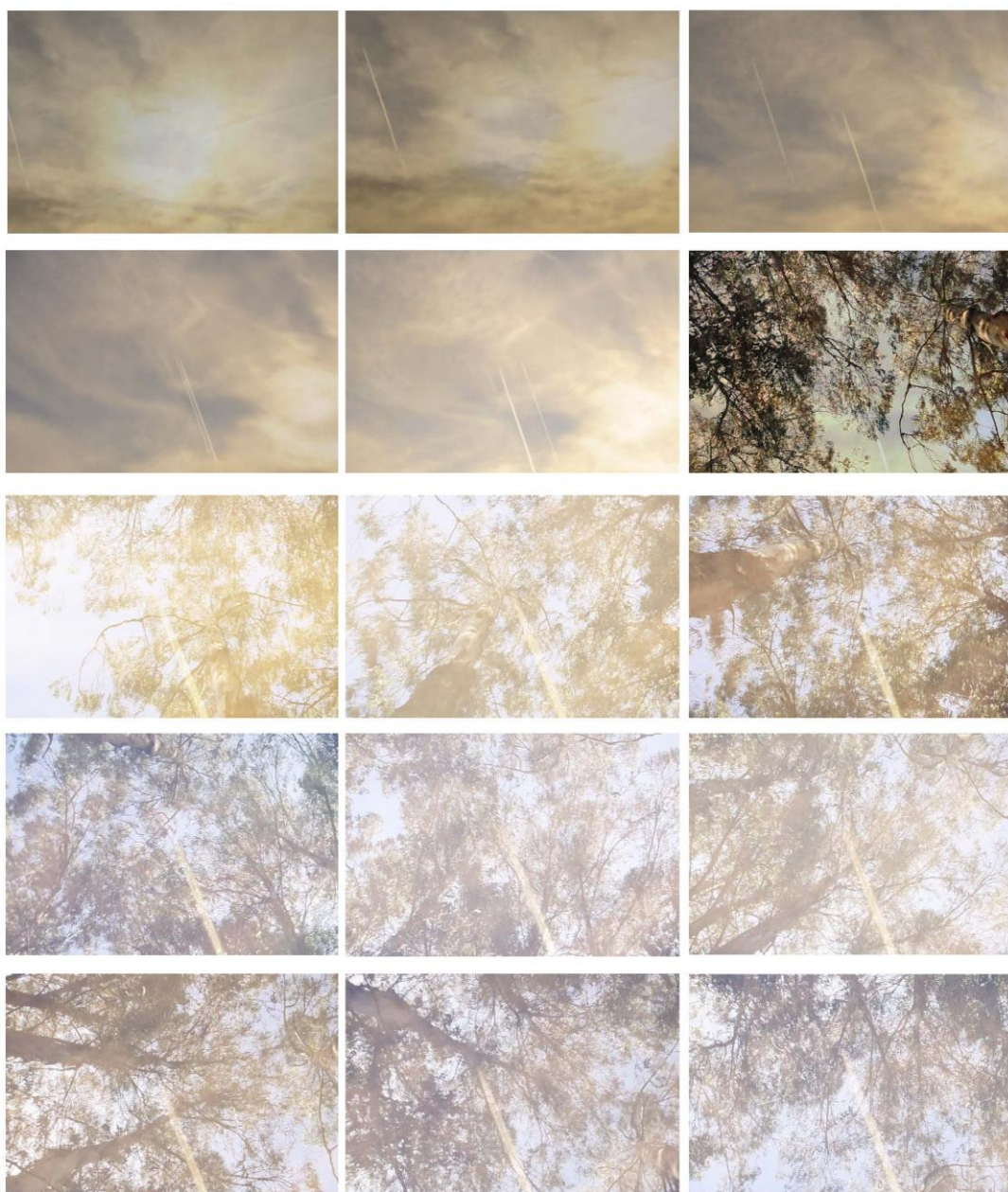


Fig. 56- Frames do filme *SENSES*

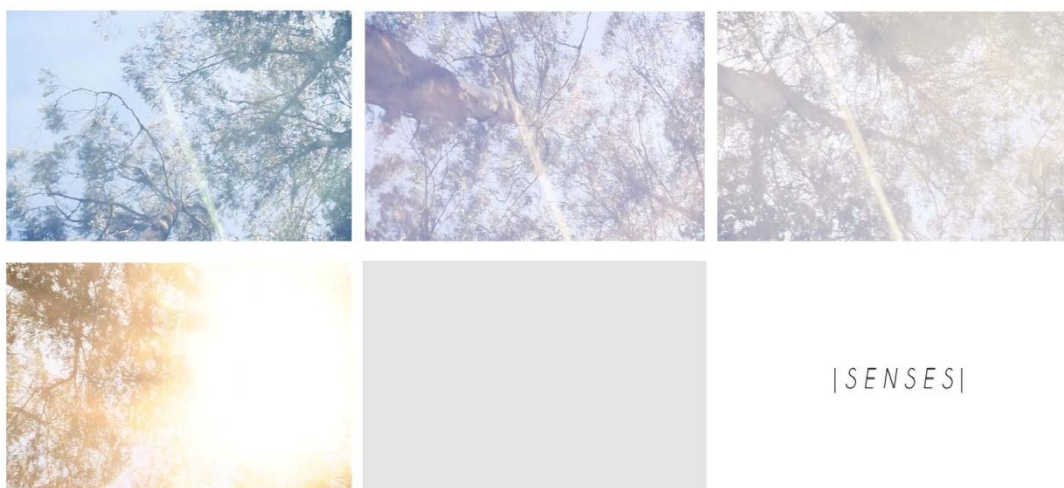


Fig. 57- Frames do filme *SENSES*

5.2.1 Memória descritiva

Técnicas: Fotografias com manipulação digital (Adobe Photoshop) e filme digital.

Suportes: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis e vídeo digital.

O ser humano é um ser vivo composto de matéria e de espírito, distinguindo-se dos outros seres vivos graças ao dom da palavra, da comunicação e do desenvolvimento intelectual.

Todos os seres humanos possuem e sentem emoções, de uma forma diferente, dependendo da cultura onde se encontram e vivem, do contexto, de factores psicológicos e factores que induzem o Homem a sentir determinadas emoções.

As emoções fazem parte das funções biológicas e reguladoras do ser humano.

Graças à consciência, o ser humano tem a capacidade de sentir diversos sentimentos, através de diversas sensações, as quais irão originar as emoções, das quais a maior parte são respostas que o corpo humano produz.

O corpo humano é o meio físico que exterioriza visualmente as emoções, através de movimentos, de expressões, de diversas posições do corpo, de partes distintas do corpo, como as mãos, os olhos e os ouvidos. Segundo Freitas-Magalhães (2013, p. 160) «(...) as expressões faciais reflectem e determinam como se exprimem as emoções, designadamente a construção psicológica das emoções e o efeito do movimento dos músculos da face (...)».

Posto isto, foram muitas e diversas as inspirações para estas abordagens fotográficas.

As presentes abordagens foram desde as fotografias tiradas no momento, espontâneas, sem qualquer tipo de alterações, até às fotografias pensadas e manipuladas digitalmente, através de duplas imagens reflectidas e de transparências.

Em algumas abordagens fotográficas foi utilizada a técnica de exposições múltiplas, com o intuito de mostrar, transmitir e originar visualmente emoções através da sensação de movimento e do estado de reflexão.

As cores usadas vão desde os pretos, brancos e cinzentos até cores mais vivas, determinando e originando diversas sensações.

Os contrastes, não só criam visualmente sensações dinâmicas, vibrantes, como também criam sensações etéreas, sublimes e serenas, através dos elementos opostos, claros, coloridos e escuros.

Em algumas abordagens fotográficas foram usadas composições de luzes, através de projecções de imagens e cores sobre o corpo do modelo.

Assim, foi possível compor usando a luz e focos de luz direccionados, criando não só “jogos” de sombras, mas também composições visuais e sensoriais através das projecções, jogando com a orientação do modelo, as expressões corporais, faciais e a posição do corpo.

Uma outra abordagem que se realizou foi uma filmagem, um pequeno filme intitulado *SENSES*³¹ editado recorrendo a sobreposições e transparências de imagens, com o objectivo de explorar diversas composições sensoriais e diferentes estados emocionais através da noção de imagem em sequência.

³¹ *SENTIDOS*.

5.3 A Natureza

*Não só é aquilo com que nasce um ser, como é também o conjunto das coisas que apresentam uma ordem, que realizam tipos ou se produzem segundo leis. É a essência.
É o mundo exterior. É o conjunto de todos os seres, animados ou não, que constituem o Universo.
São os quatros elementos:
Terra, água, fogo e ar.*



Fig. 58 – Fotografia com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 59 – Fotografia com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 60 – Fotografia digital com a técnica de imagem invertida

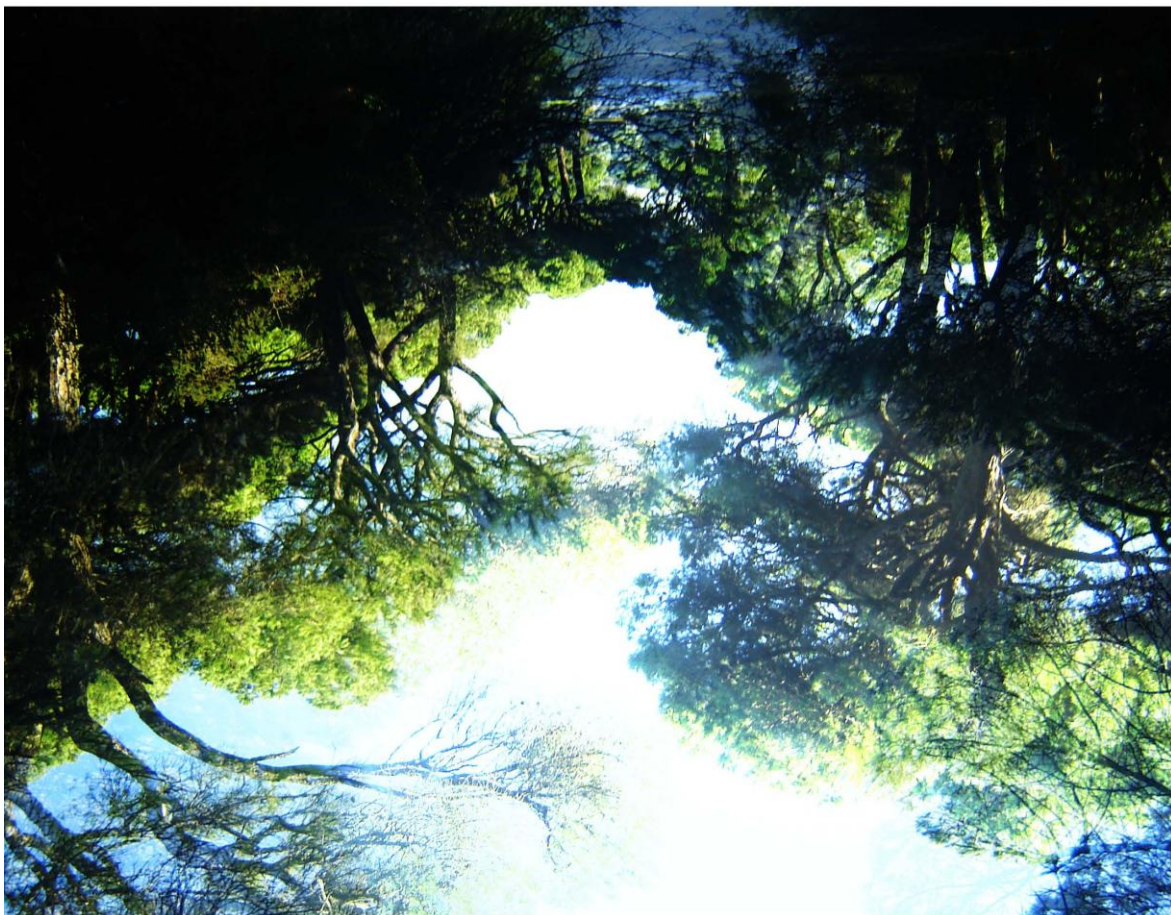


Fig. 61 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 62 – Fotografia digital



Fig. 63 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 64 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida



Fig. 65 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital

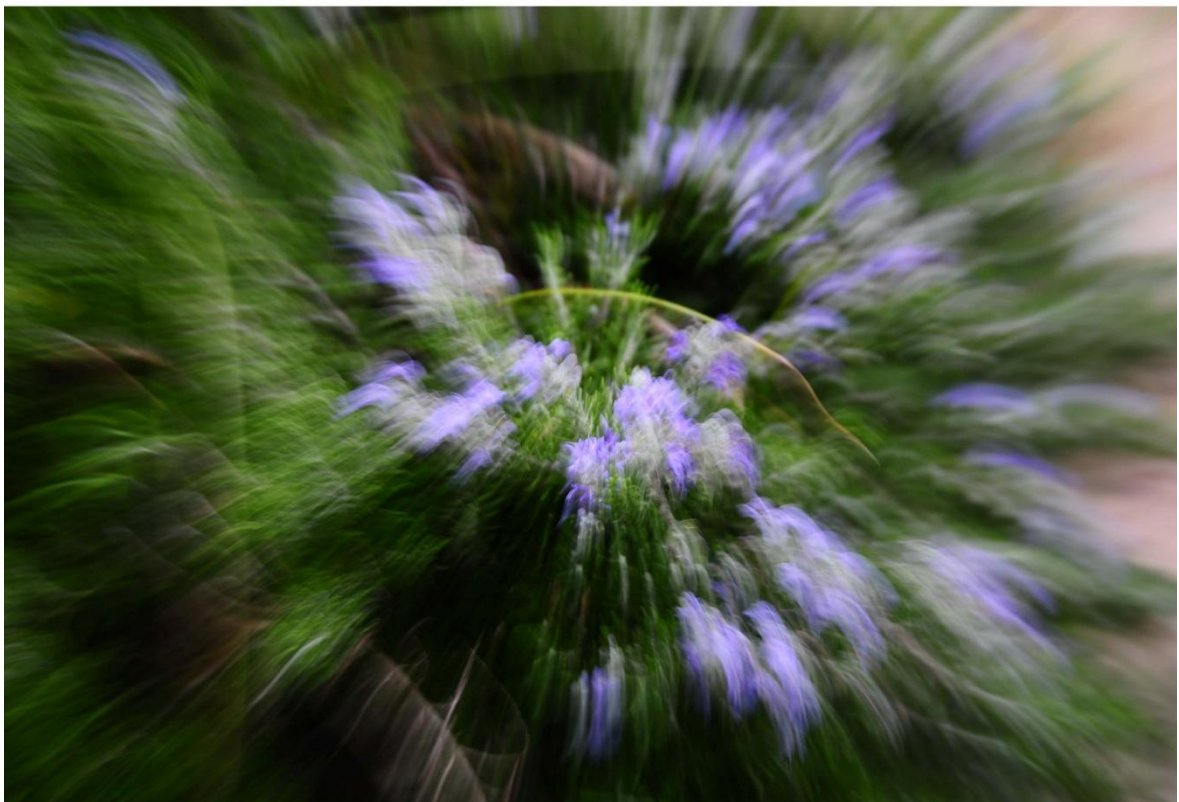


Fig. 66 – Fotografia digital com a técnica de *zoom out*



Fig. 67 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital

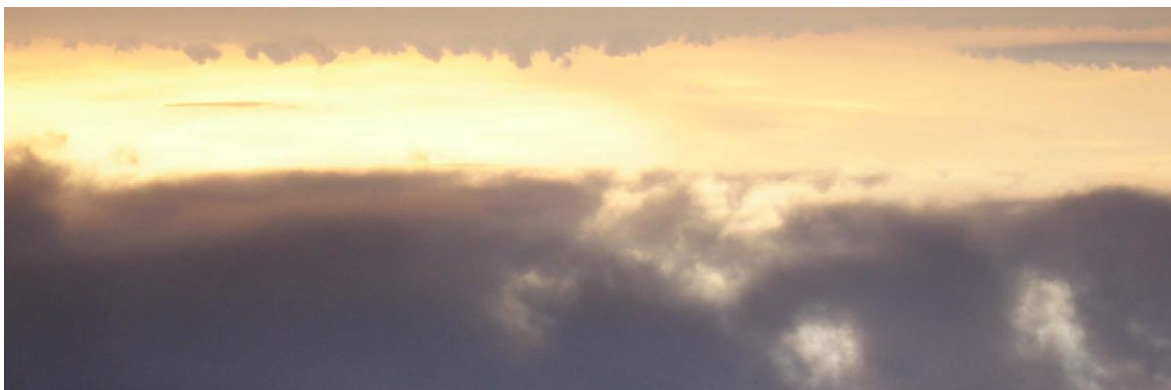


Fig. 68 – Fotografia digital

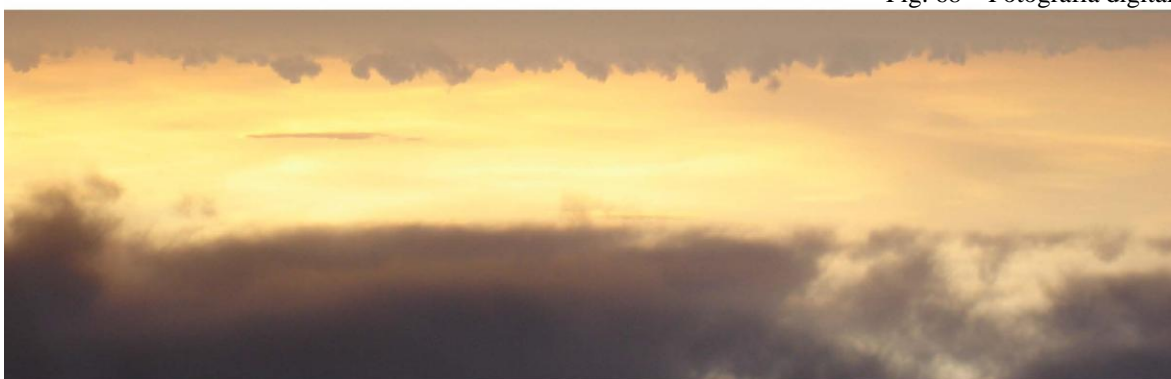


Fig. 69 – Fotografia digital

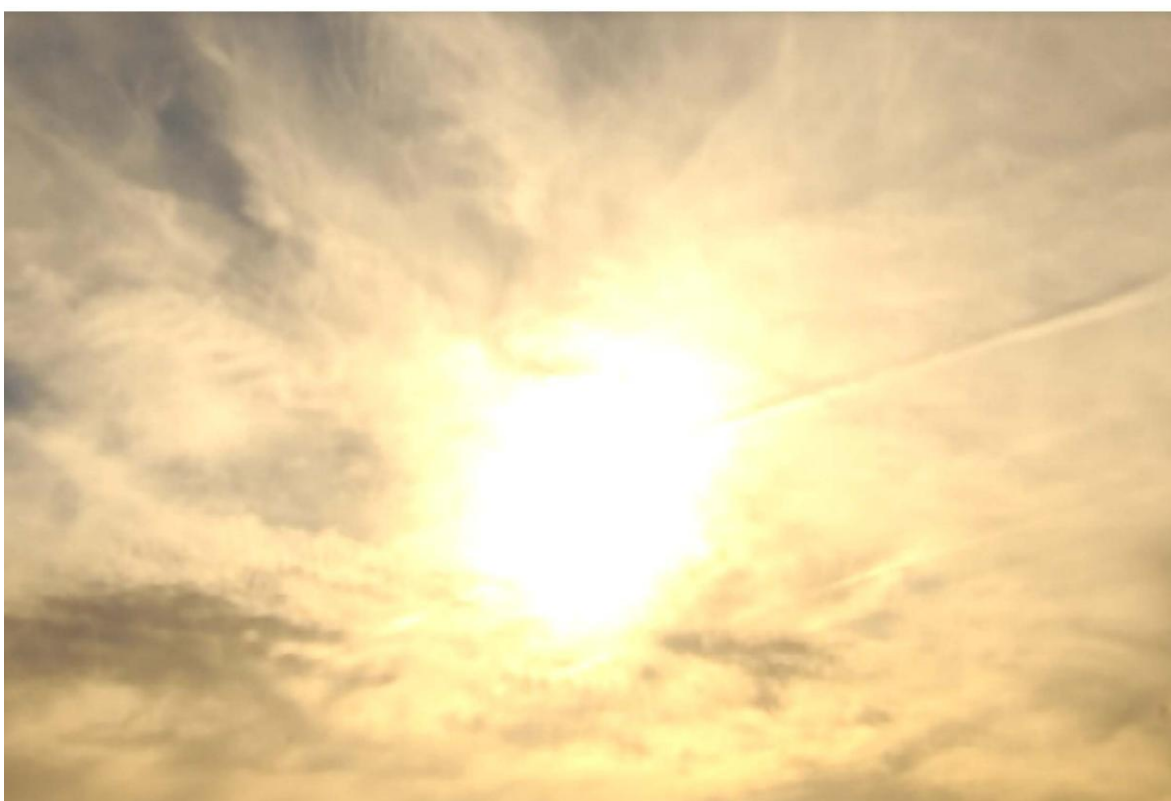


Fig. 70 – Fotografia digital

5.3.1 Memória descritiva

Técnica: Fotografia com manipulação digital (Adobe Photoshop).

Suporte: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis.

A Natureza é o conjunto das coisas criadas. É o que faz parte da Natureza ou a ela respeitante e que não foi transformado pelo Homem. A Natureza é o conjunto das coisas que apresentam uma ordem, que realizam tipos ou se produzem segundo leis. É o sistema das leis que rege e explica o mundo exterior. É o conjunto de todos os seres, animados ou não, que constituem o Universo.

Da Natureza fazem parte os seus quatro elementos, terra, água, ar e fogo.

Foi através destes princípios que se originou a fonte de inspiração para este sub-tema.

As presentes abordagens fotográficas foram desde fotografias captadas no momento, no instantâneo, até fotografias manipuladas digitalmente, através de sobreposições, transparências e de diversas técnicas.

Não só se exploraram os quatro elementos integrais da Natureza, como também se explorou visualmente um ser vivo, neste caso, uma alforreca, que veio dar à praia, depois de morta.

Em algumas abordagens fotográficas foram utilizadas técnicas fotográficas como o *zoom in* e o *zoom out*, com a finalidade de captar a atenção do observador e transmitir dinamismo à imagem.

As cores utilizadas foram desde o preto e branco até às cores vivas, com o objetivo de transmitir e de evocar diversas sensações e emoções, a fotografia a preto e branco despertando a essência, as restantes explorando, transmitindo e provocando distintas emoções.

As cores invertidas presentes nas imagens e os contrastes entre elementos opostos, tais como positivo/negativo, escuro/claro e perto/longe, fornecem dinamismo, atraindo o olhar e a atenção do observador.

A orientação das presentes abordagens compõem as imagens, na diagonal, na horizontal e na vertical, direccionando o olhar do observador e despertando nele diversas sensações e emoções intuitivas e espontâneas.

5.4 A luz

A luz é uma forma de energia. É um fluxo radiante capaz de estimular o olho do ser humano para produzir uma sensação visual. Diferentes tipos de luz induzem no ser humano diferentes tipos de sensações e emoções.



Fig. 71 – Fotografia digital com a técnica de zoom

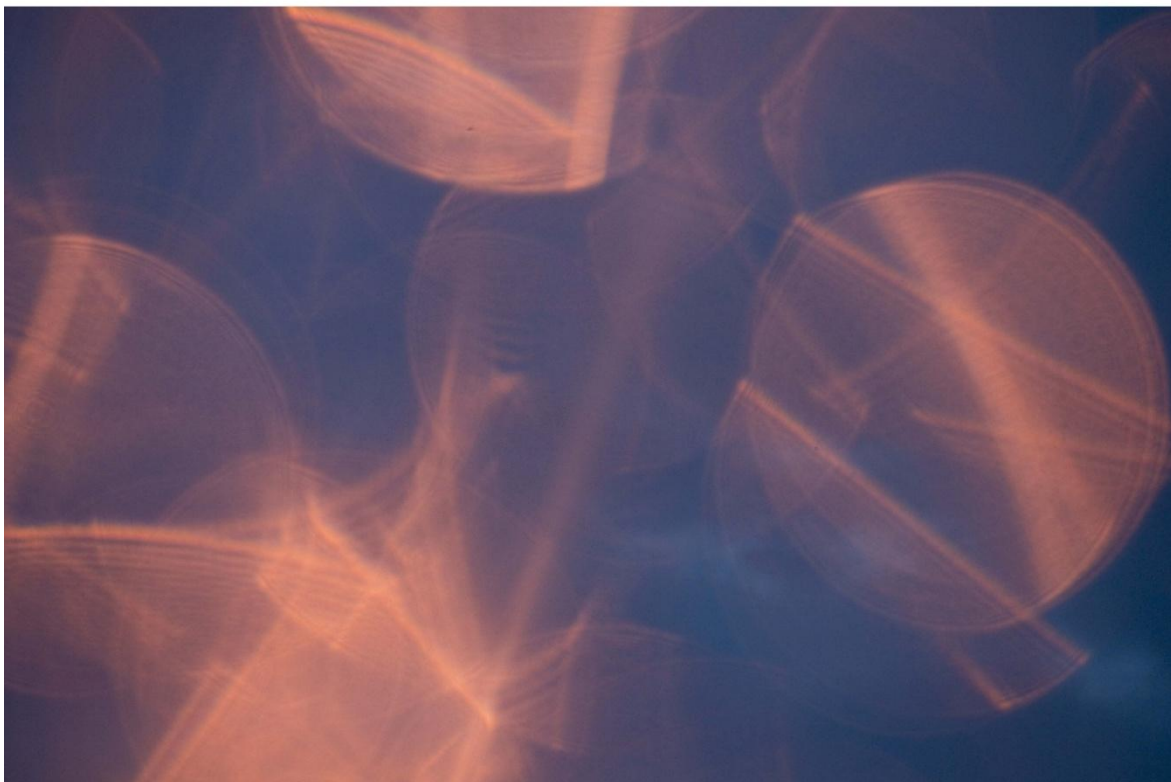


Fig. 72 – Fotografia digital com a técnica de zoom



Fig. 73 – Fotografia digital com a técnica de zoom

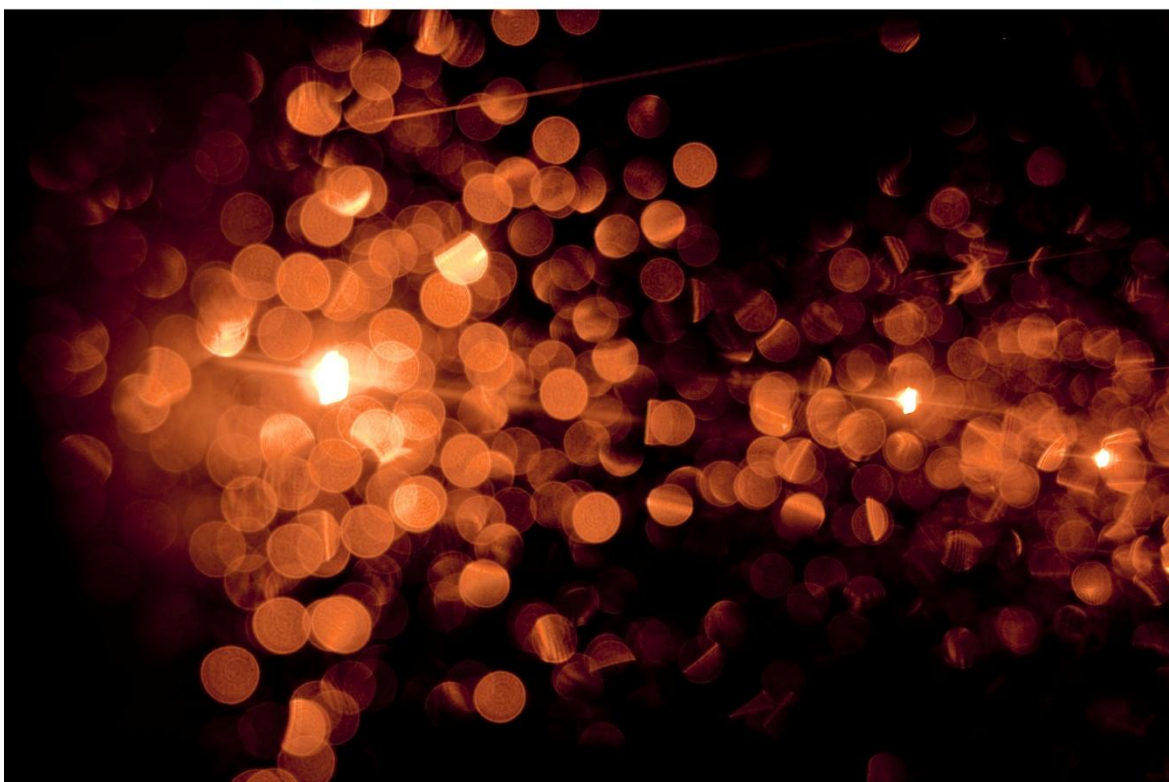


Fig. 74 – Fotografia digital com a técnica de zoom

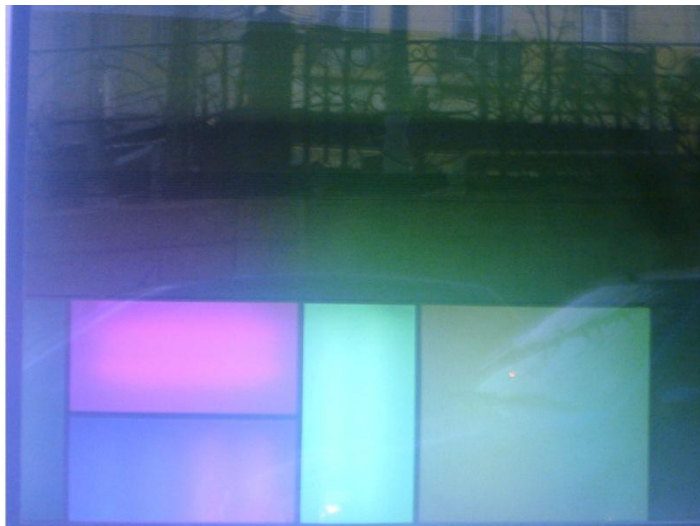


Fig. 75 – Fotografia digital com a técnica de imagem invertida

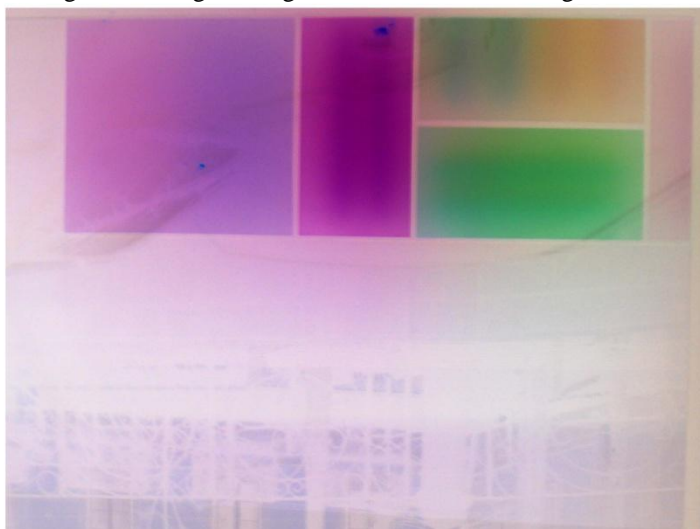


Fig. 76 - Fotografia digital com a técnica de imagem invertida

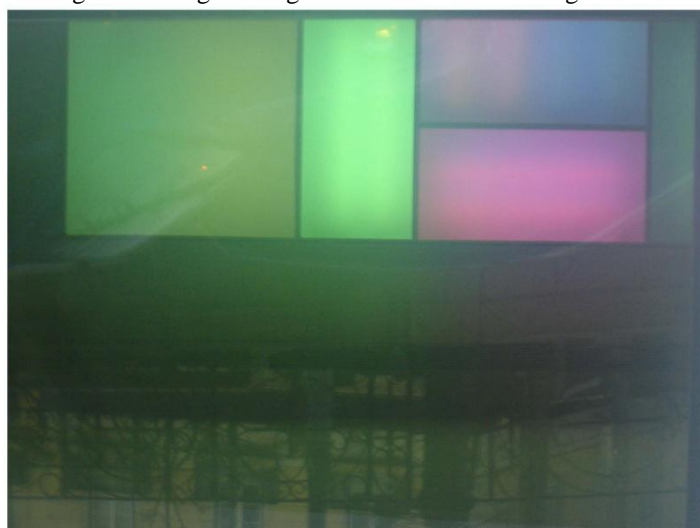


Fig. 77 – Fotografia digital



Fig. 78 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento



Fig. 79 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento

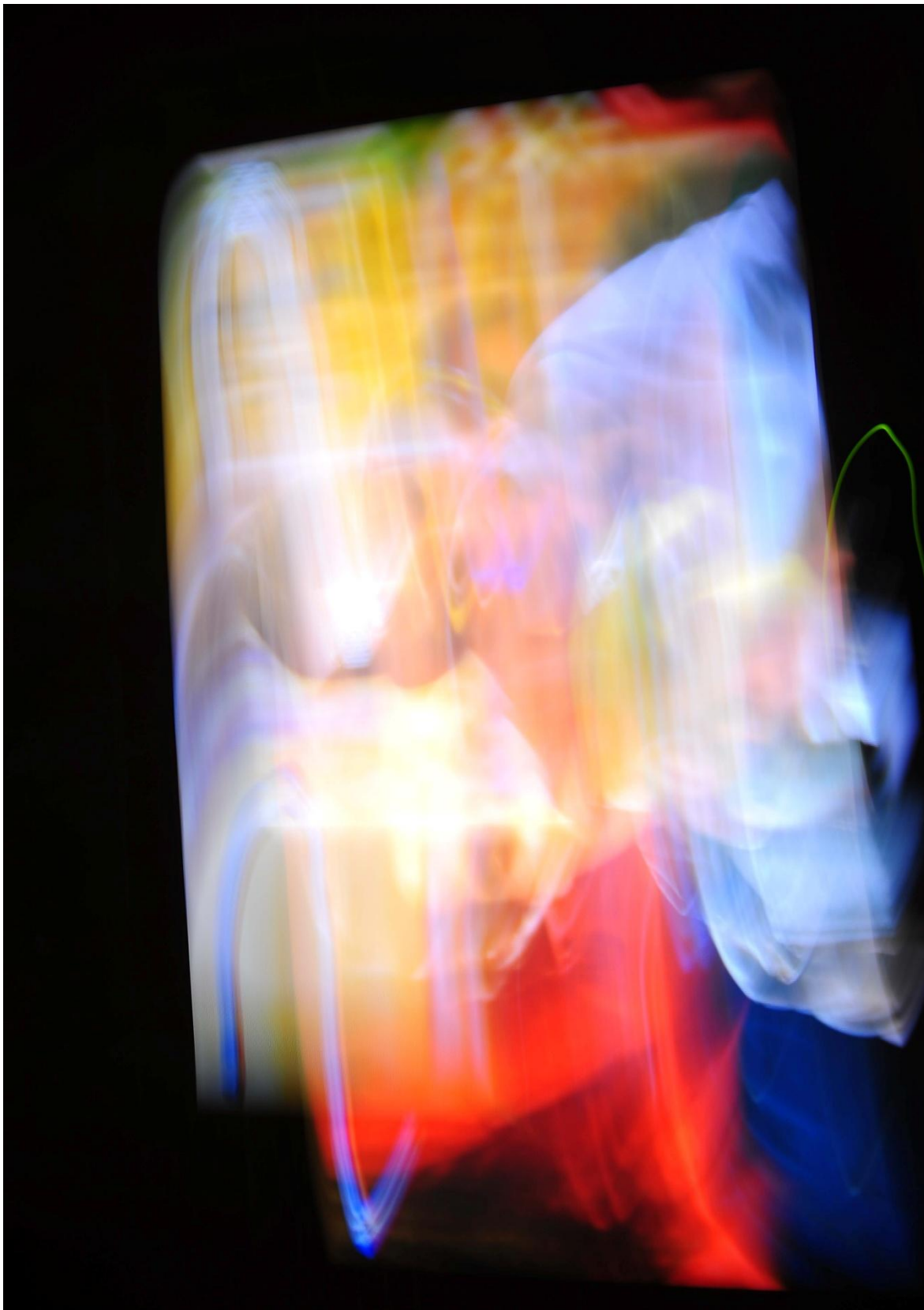


Fig. 80 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento

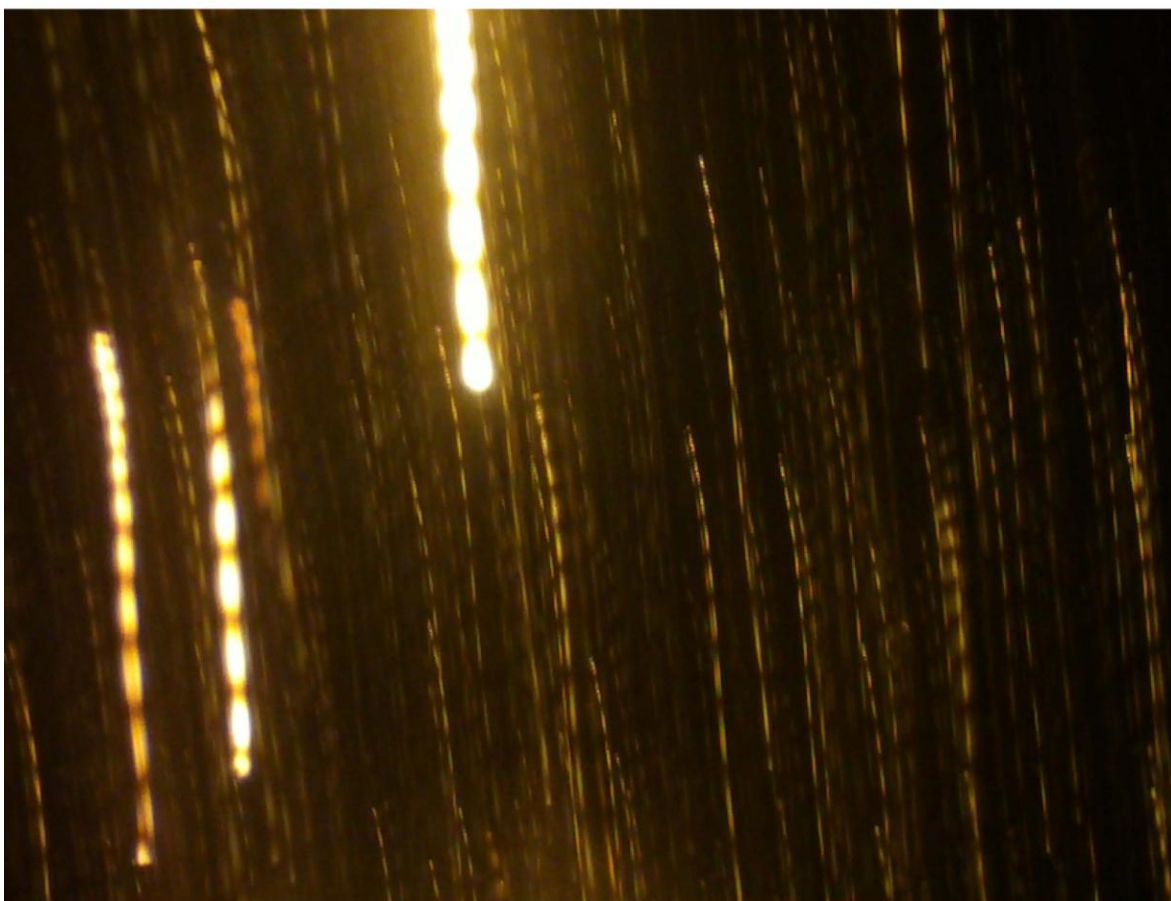


Fig. 81 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento



Fig. 82 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital

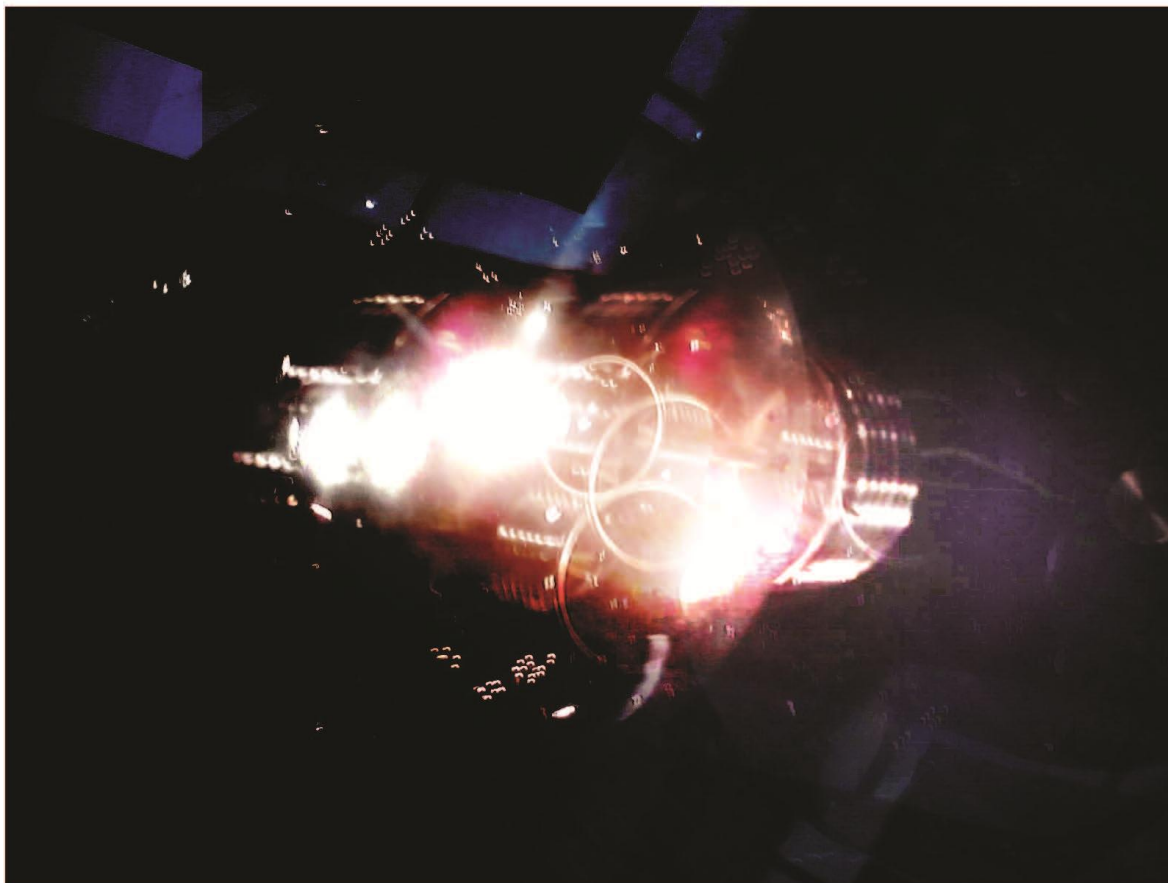


Fig. 83 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital

5.4.1 Memória descritiva

Técnicas: Fotografias com manipulação digital (Adobe Photoshop).

Suportes: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis.

A luz que o ser humano observa é uma luz visível que é emitida naturalmente, pelo Sol, ou que é emitida artificialmente, por uma lâmpada.

A luz é uma forma de energia. É um fluxo radiante capaz de estimular o olho do ser humano para produzir uma sensação visual. Diferentes tipos de luz induzem no ser humano diferentes tipos de sensações e emoções.

Posto isto, a luz é um elemento essencial, não só na fotografia como também para o ser humano, pois sem esta ambos não existiriam.

O ser humano não consegue ver sem luz e as imagens não podem ser criadas sem luz.

Este elemento originou o sub-tema *luz*, no qual se exploraram diferentes ambientes espontâneos através de diversas técnicas.

As presentes abordagens fotográficas foram compostas por fotografias manipuladas digitalmente, onde houve a exploração de técnicas fotográficas como o arrastamento e o *zoom*, com a finalidade de transmitir a sensação de movimento e dinamismo.

As fotografias apresentam diversas cores, desde as mais escuras até às mais claras, às cores vivas e às invertidas, com o objectivo de transmitir estados, sensações e emoções, quer etéreas, sublimes, positivas ou negativas, quer vibrantes e estimulantes.

Em algumas abordagens fotográficas exploraram-se as luzes em diferentes ambientes, de forma a provocar uma emoção simultaneamente sublime e serena.

A orientação e os contrastes entre os elementos opostos, escuro/claro, perto/longe e horizontal/vertical não só compõem a imagem como possuem a finalidade de cativar o observador.

5.5 A cor

*Impressão que os raios
de luz reflectidos por
um corpo produzem no
sistema sensorial,
através do olho do ser
humano.*



Fig. 84 – Fotografia digital

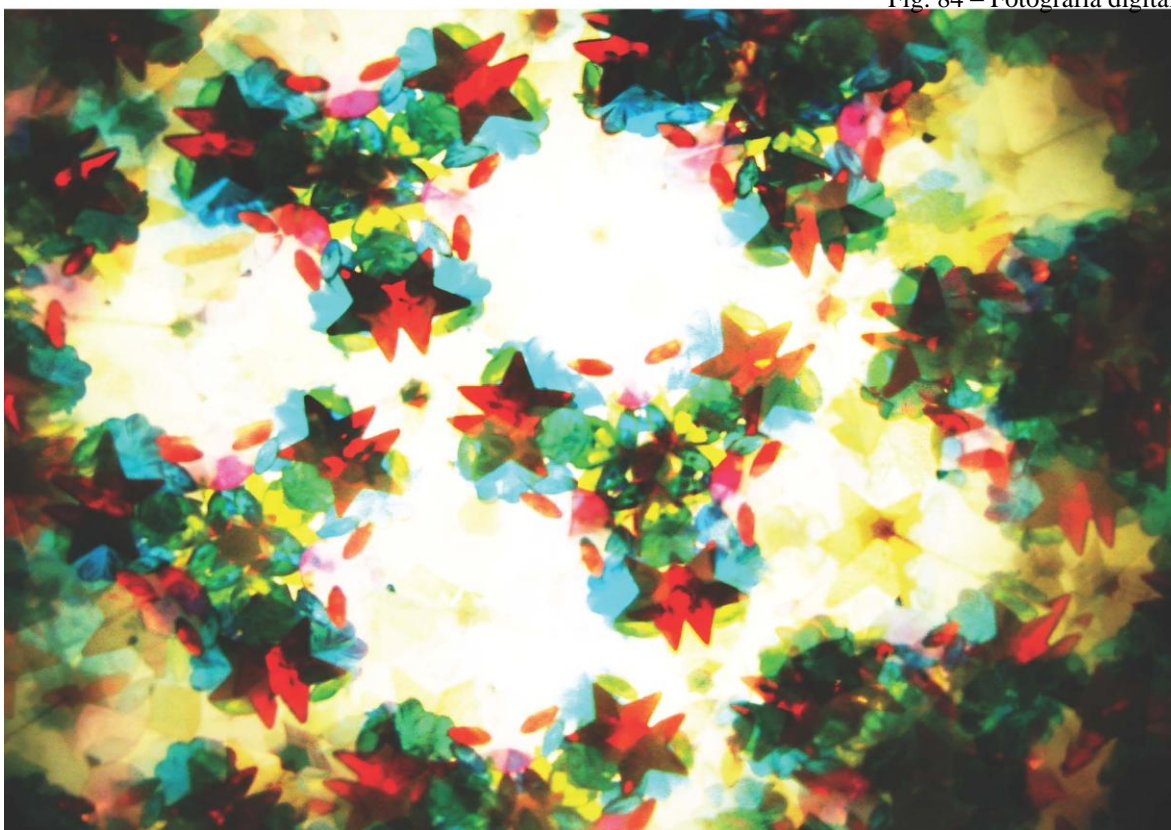


Fig. 85 – Fotografia digital

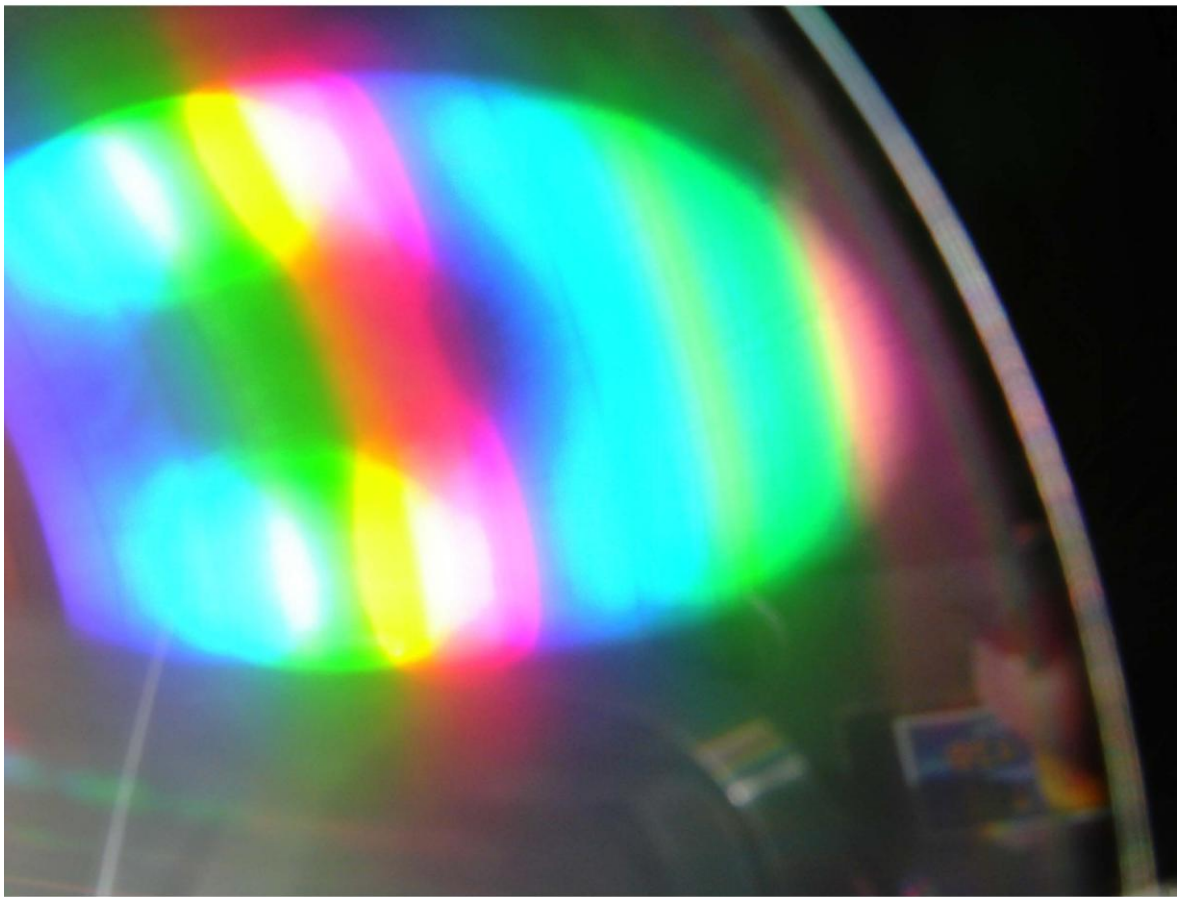


Fig. 86 – Fotografia digital

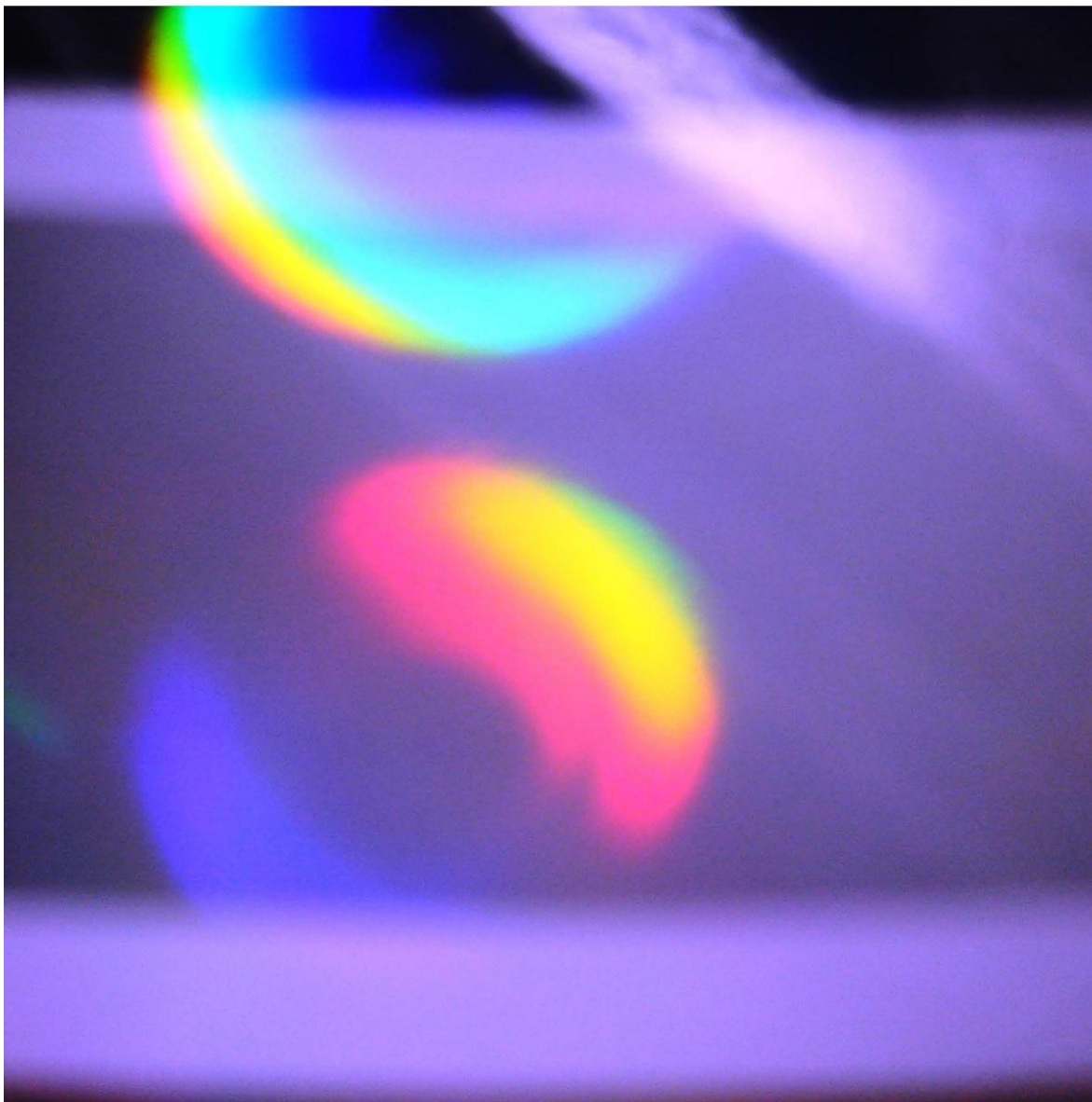


Fig. 87 – Fotografia digital



Fig. 88 – Fotografia digital de uma aguarela com a técnica de imagem reflectida

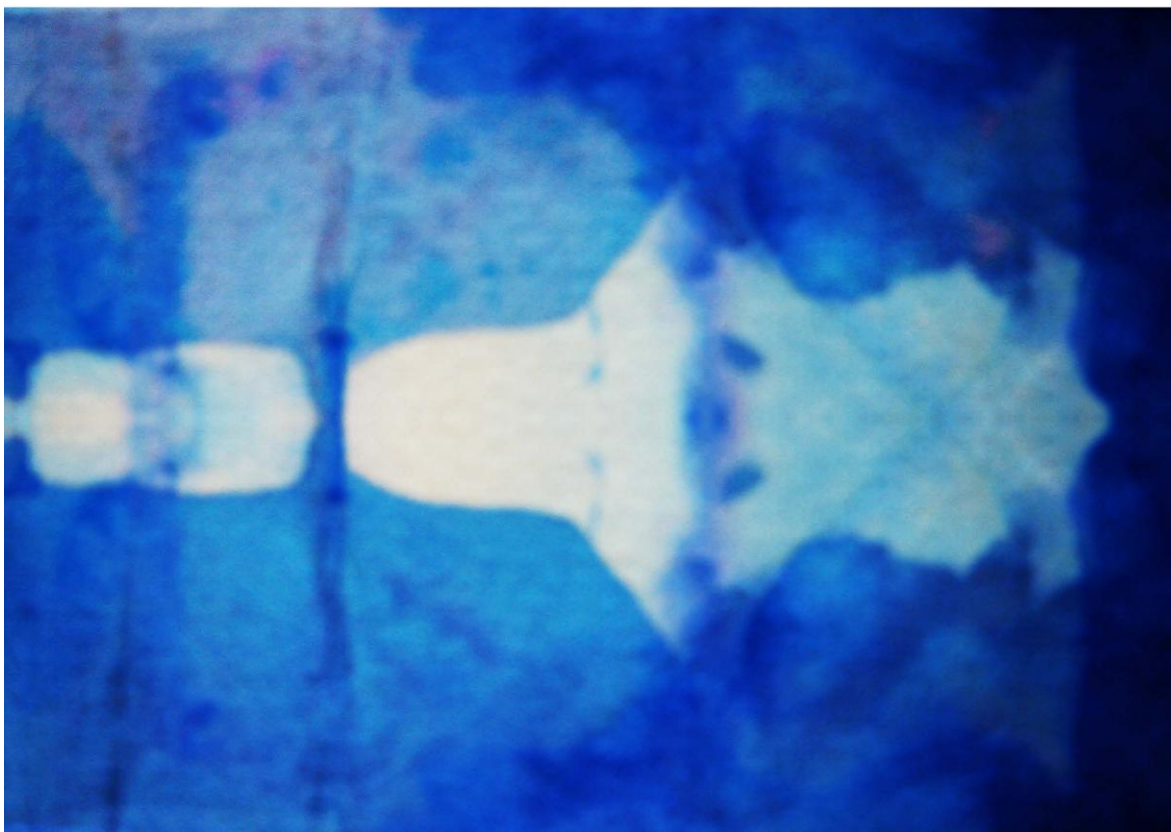


Fig. 89 – Fotografia digital de uma aguarela com a técnica de imagem reflectida



Fig. 90 – Fotografia digital com a técnica de imagem invertida



Fig. 91 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 92 – Fotografia digital

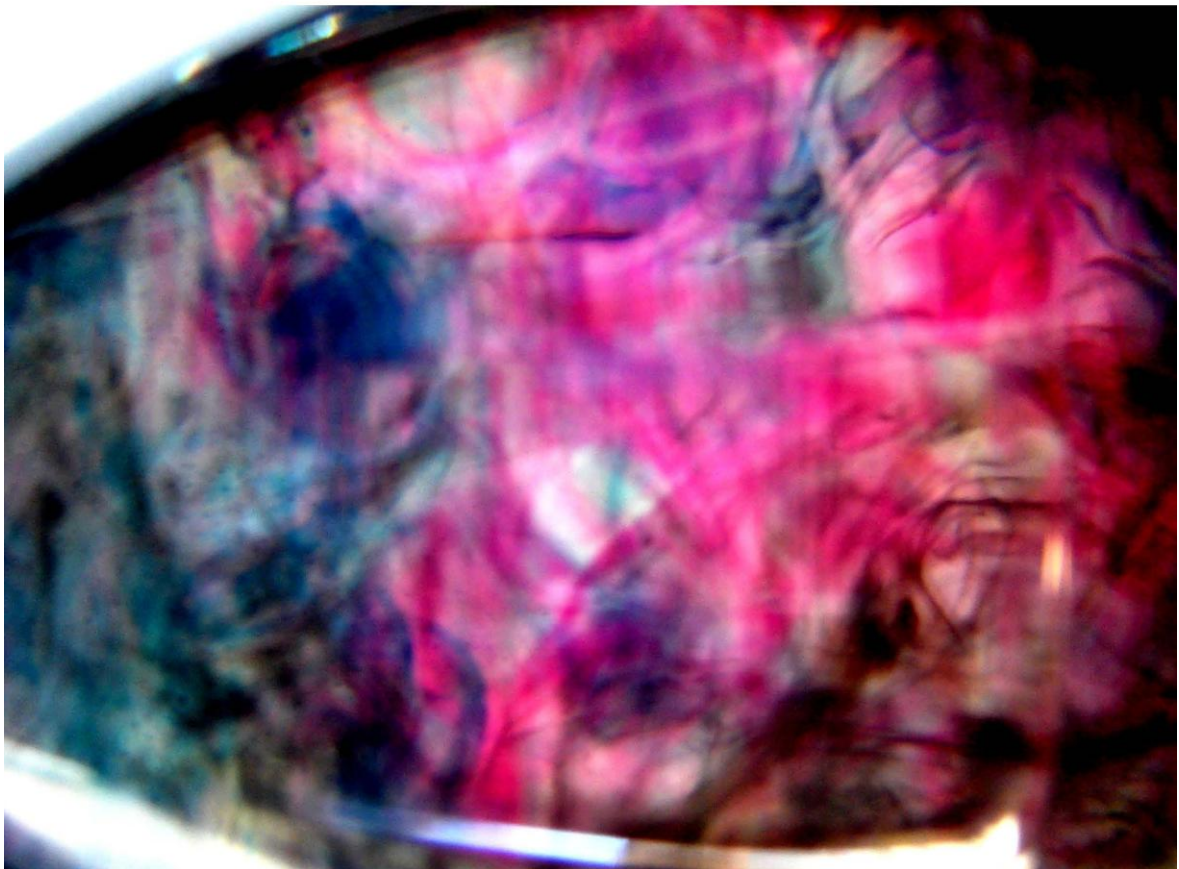


Fig. 93 – Fotografia digital



Fig. 94 – Fotografia digital

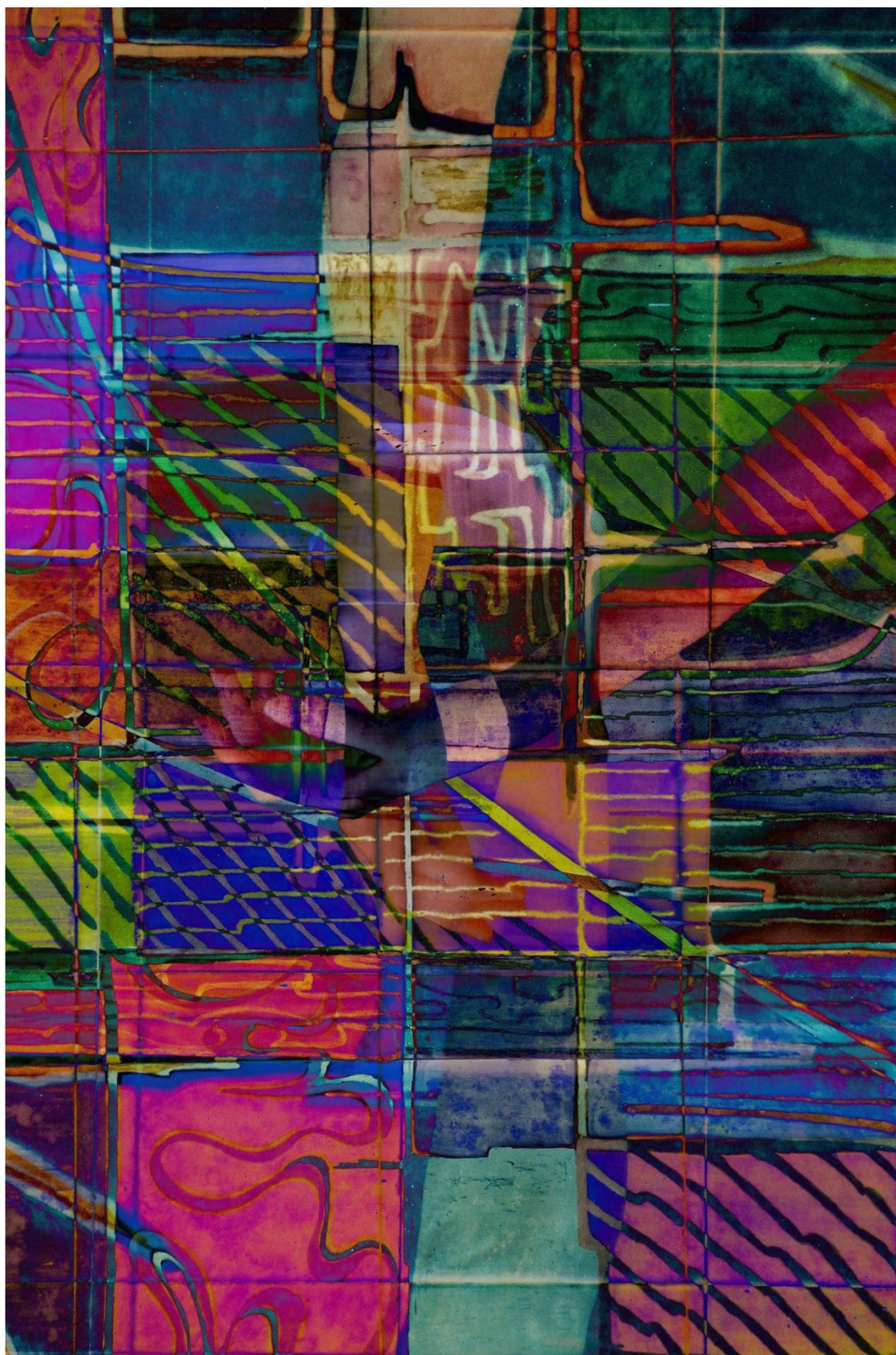


Fig. 95 – Fotografia digital com a técnica de exposição múltipla e imagem invertida

5.5.1 Memória descritiva

Técnicas: Fotografias com manipulação digital (Adobe Photoshop) e aquarelas.

Suportes: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis.

A cor é indissociável da luz, não há cor sem luz. A luz branca é composta por luzes de várias cores. Segundo Séguier (1955, p. 759) Issac Newton observou em 1669 que a luz do Sol depois de atravessar um prisma de vidro se formava em cor, e concluiu que «as várias cores que se observam após a luz atravessar o vidro ou a água da chuva são as que existem na constituição da luz branca (...) no vidro e na água, as luzes de diferentes cores propagam-se com velocidades diferentes, por isso separam-se e os nossos olhos já as distinguem. À separação da luz branca nas suas diferentes cores chama-se decomposição ou dispersão da luz. A mancha colorida resultante da decomposição da luz branca é formada pelas cores vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta» aparecendo sempre segundo a mesma ordem no «espectro da luz visível».

Com isto, a cor faz parte da luz e é um elemento essencial e determinante de sensações. Foi através da cor que se explorou diferentes emoções visuais por meio de diversas técnicas intuitivas, induzindo diversos estímulos visuais.

As fotografias e a aquarela apresentam cores vivas, contrapondo com a fotografia de cores escuras, totalmente preta, apenas com um pormenor de cor, com a finalidade não só de transmitir diversas sensações e emoções como também de estimular visualmente o observador, pois tal como defende Freitas-Magalhães (2013, p. 159) «os estímulos visuais exercem mais influência na percepção emocional (...)» do que outros estímulos sensoriais, sendo que os efeitos dos «estímulos visuais são mais visíveis» que outros.

As presentes abordagens fotográficas foram compostas por fotografias captadas no momento e por fotografias manipuladas digitalmente, onde se usaram sobreposições, transparências, luzes reflectidas em superfícies e a técnica fotográfica de múltipla exposição.

A orientação e os contrastes entre os claros e os escuros, entre as cores vivas e escuras, ajudam a compor as imagens, fornecendo dinamismo e mistério e captando assim a atenção do observador.

Um outro conceito foi inspirado nas fotografias de Michele Piccardo (Figuras 96, 97 e 98) e foi o de explorar os diversos estímulos visuais causados por tinta-da-china e Ecoline dentro de água, onde se explorou também o comportamento de líquidos (tintas) num outro líquido (a água). Os elementos que estimulam as diversas formas são devidos à diferença de densidades e pesos dos respectivos líquidos, estudando-se desde a observação da gota de tinta a cair dentro da água, seguindo-se da sua propagação por esta, e transformação da forma até à sua total anulação, ou seja, a fusão da tinta com água.

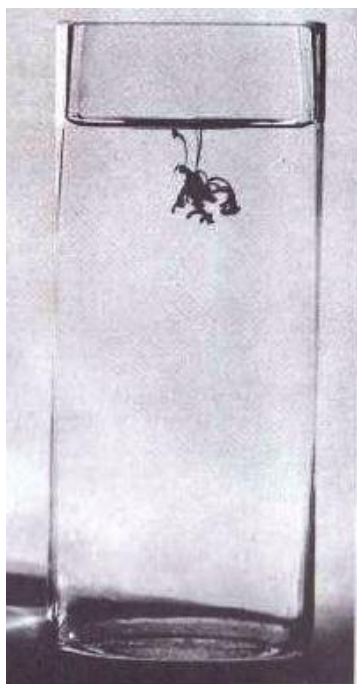


Fig. 96 – Fotografia de Michele Piccardo.
Fonte: MUNARI, B. (1968).

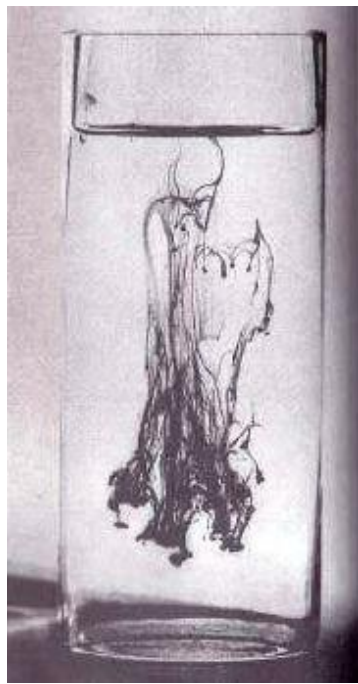


Fig. 97 – Fotografia de Michele Piccardo.
Fonte: MUNARI, B. (1968).

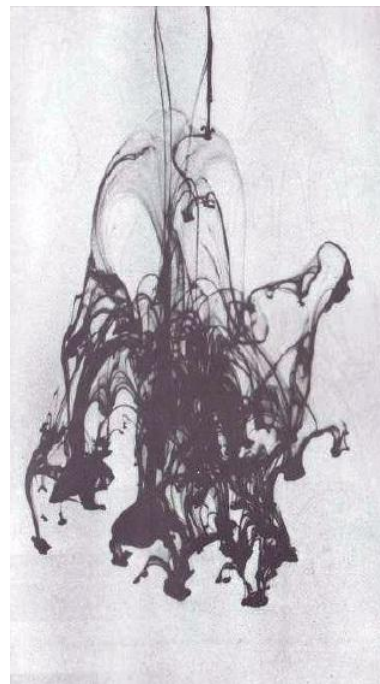


Fig. 98 – Fotografia de Michele Piccardo.
Fonte: MUNARI, B. (1968).

5.6 O objecto

Tudo o que pode ser matéria de conhecimento ou sensibilidade por parte do sujeito, incluindo o próprio. É visível e tem forma.

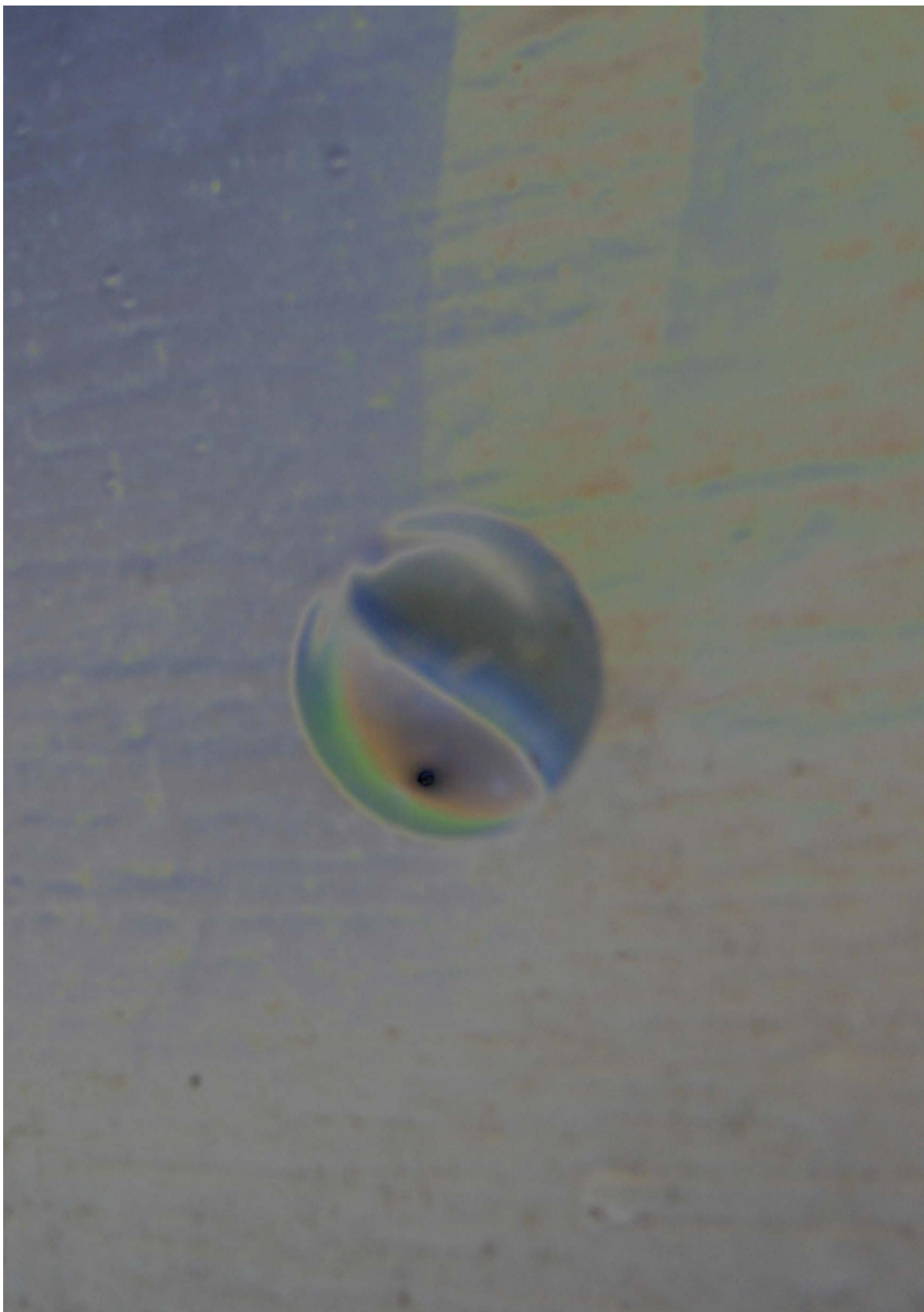


Fig. 99 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida



Fig. 100 – Fotografia digital



Fig. 101 – Fotografia digital

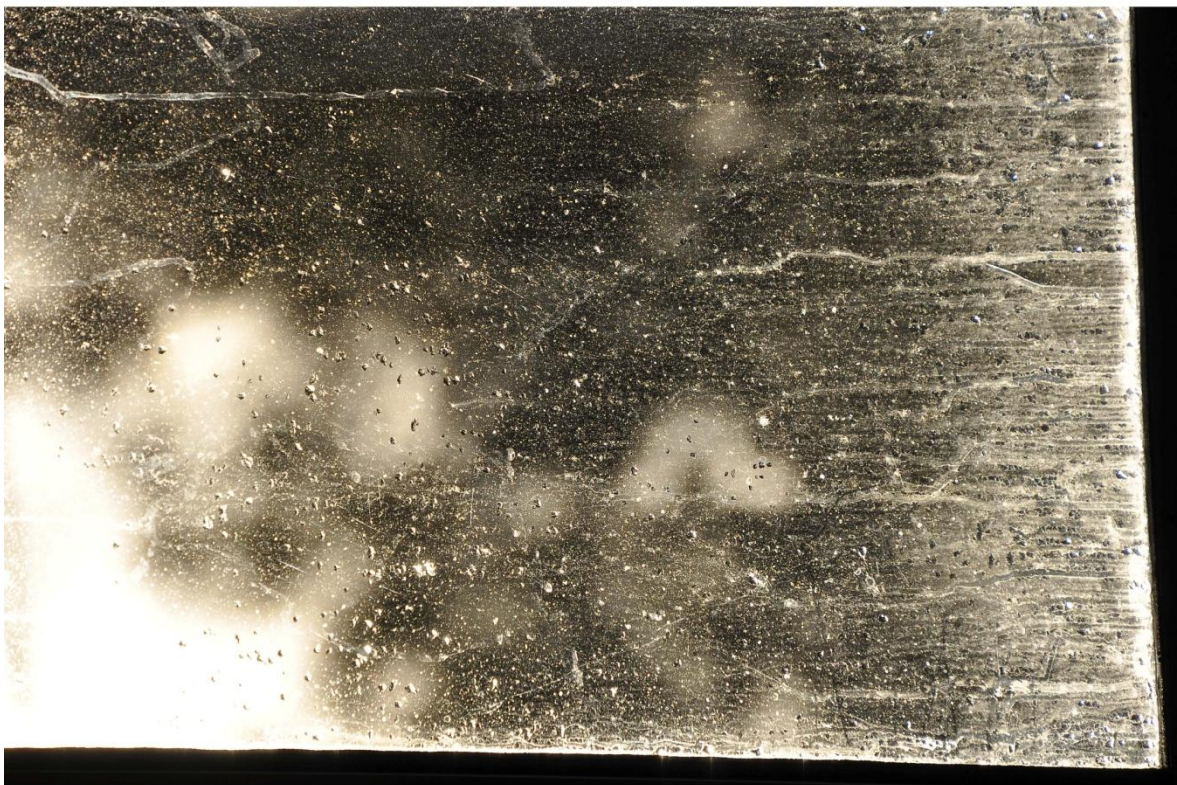


Fig. 102 – Fotografia digital



Fig. 103 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento



Fig. 104 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital

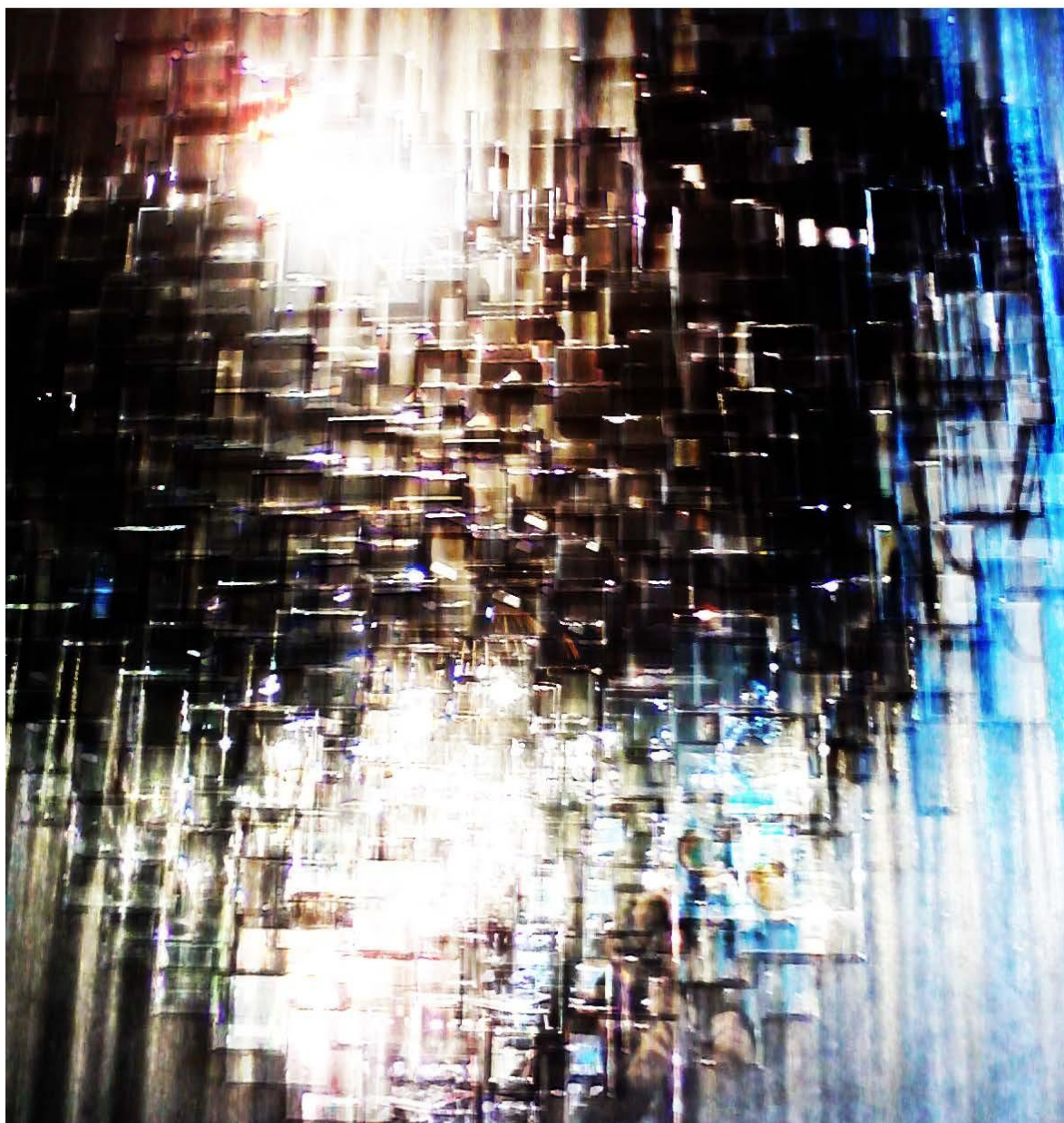


Fig. 105 – Fotografia digital com a técnica de sobreposição de imagem digital



Fig. 106 – Fotografia digital



Fig. 107 – Fotografia digital

5.6.1 Memória descritiva

Técnicas: Fotografias com manipulação digital (Adobe Photoshop).

Suportes: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis.

O objecto é material e faz parte da vida do ser humano. Tudo o que pode ser matéria de conhecimento ou sensibilidade por parte do sujeito, incluindo o próprio. O objecto é algo palpável, com forma, algo físico.

O ser humano consegue observar um objecto devido à cor da luz que este emite para os seus olhos. A luz emitida pelo objecto varia dependendo do material e da superfície de que o material é produzido e da cor da luz com que é iluminado.

Posto isto, as presentes abordagens fotográficas foram compostas por imagens captadas no momento e fotografias manipuladas digitalmente, através de transparências, reflexos e sobreposições de imagens, com o objectivo de extrair e provocar diversos estímulos sensoriais.

Como em todas as abordagens fotográficas que explorei, utilizaram-se diversas cores e técnicas, desde as cores invertidas, das mais claras até às mais escuras e coloridas.

Em algumas fotografias explorou-se o conceito do objecto e a transmissão de estímulos visuais através de um outro objecto.

Um outro conceito explorado nesta abordagem fotográfica foi o da linha, que contorna algo ou um objecto, com o objectivo de provocar sensações intuitivas e no qual, sendo este conceito inspirado em trabalhos da artista portuguesa Helena Almeida (Figuras 108, 109, 110).

A orientação e os contrastes das diferentes cores e formas têm a finalidade de tornar estas abordagens fotográficas mais dinâmicas, direccionando a atenção do observador.



Fig. 108 – Helena Almeida, acrílico sobre foto a preto e branco, *Pintura Habitada*, 1975, 46x52 cm.
Fonte: Centro de Artes Visuais (2003).



Fig. 109 – Helena Almeida, *Desenho Habitado*.
Fonte: Centro de Artes Visuais (2003).

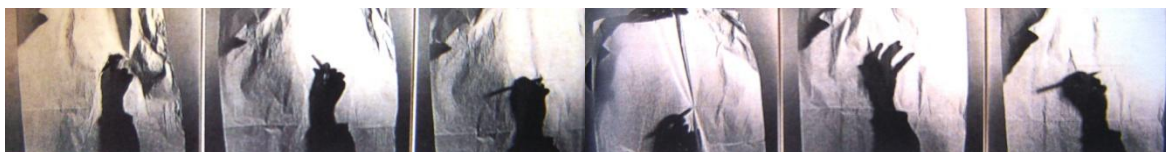


Fig. 110 – Fotografia de Helena Almeida.
Fonte: Centro de Artes Visuais (2003).

5.7 O abstracto

*É o que revela abstracção.
É o vago, o indeterminado
e o incorpóreo.*

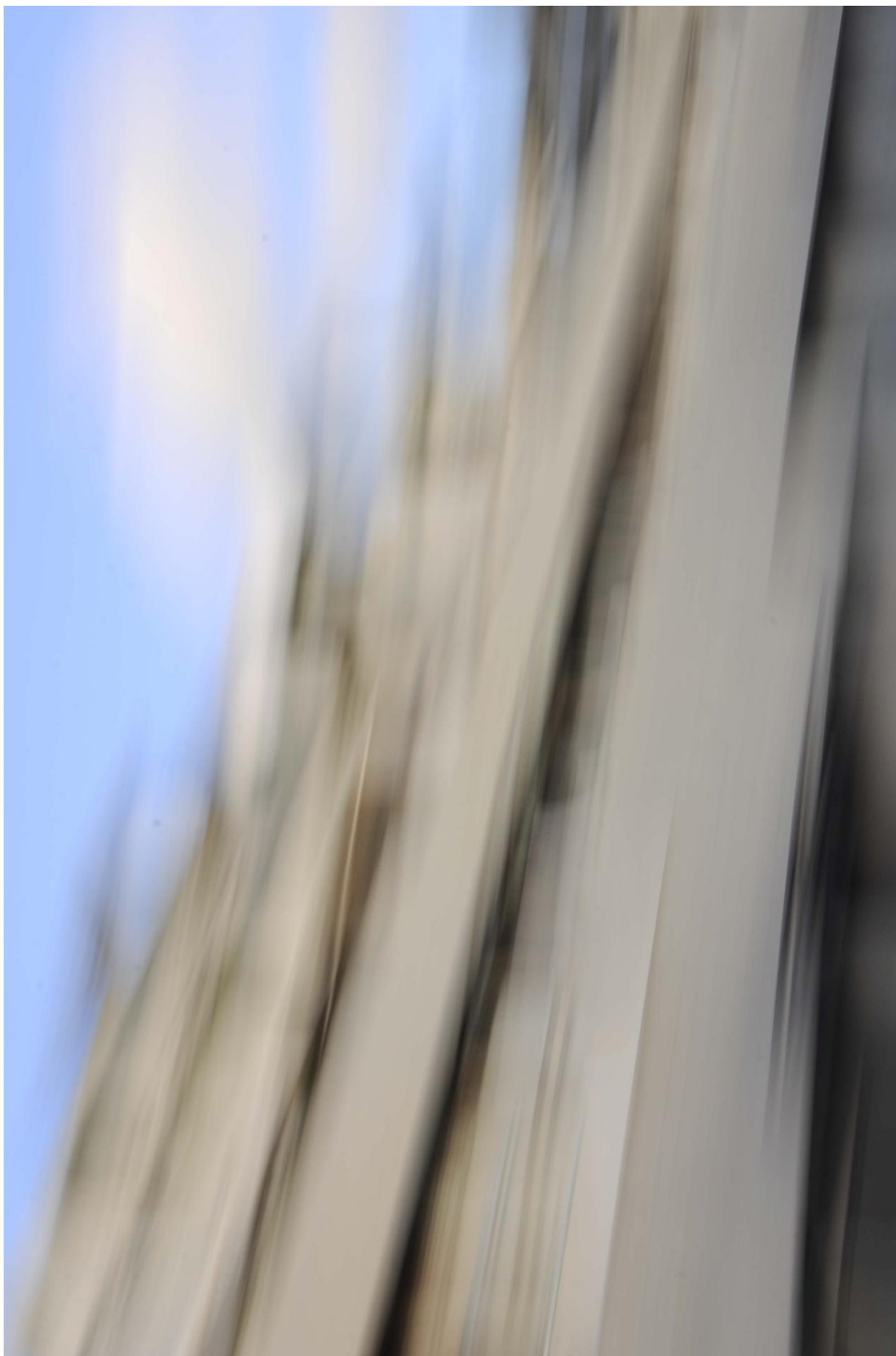


Fig. 111 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento

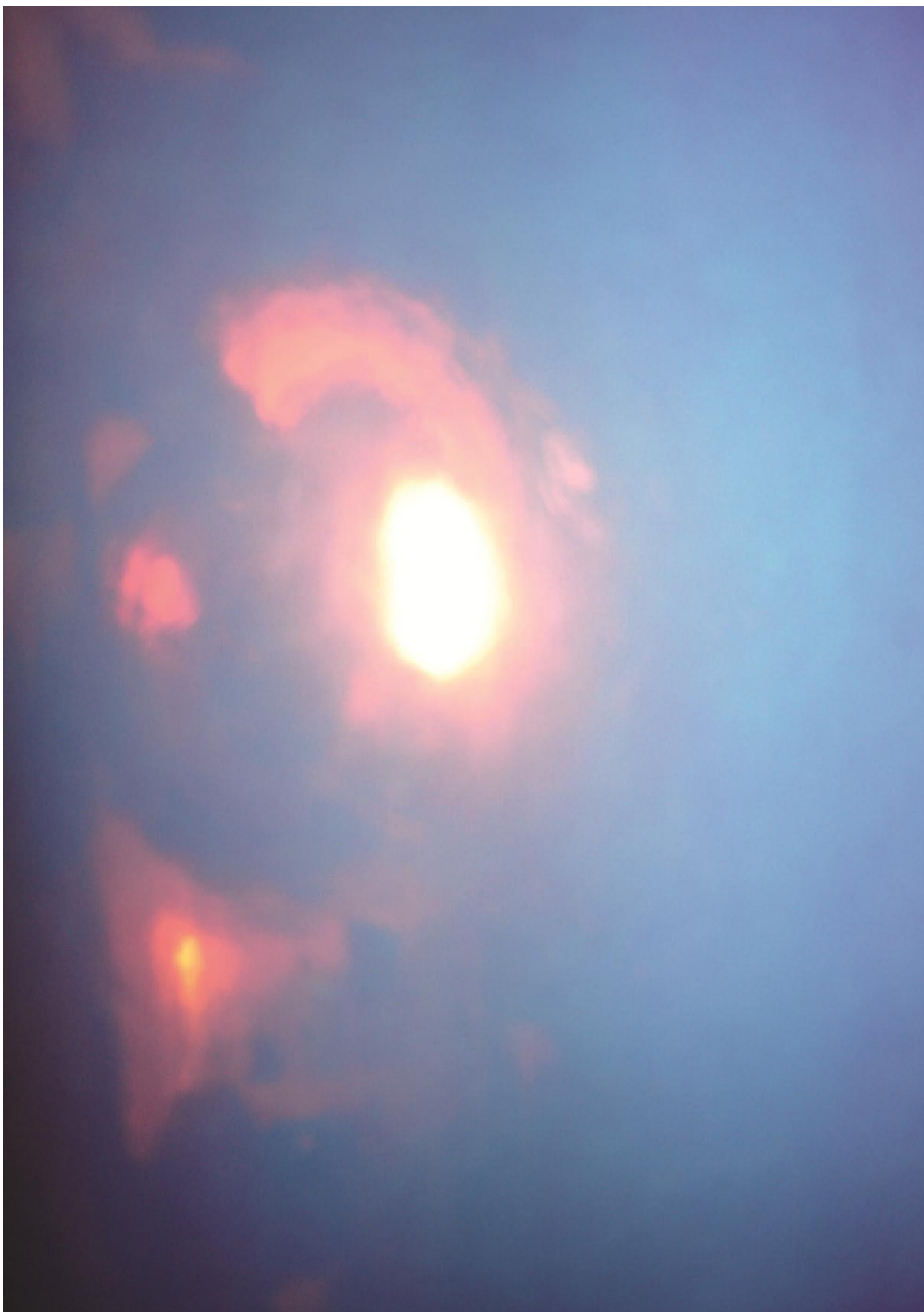


Fig. 112 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento

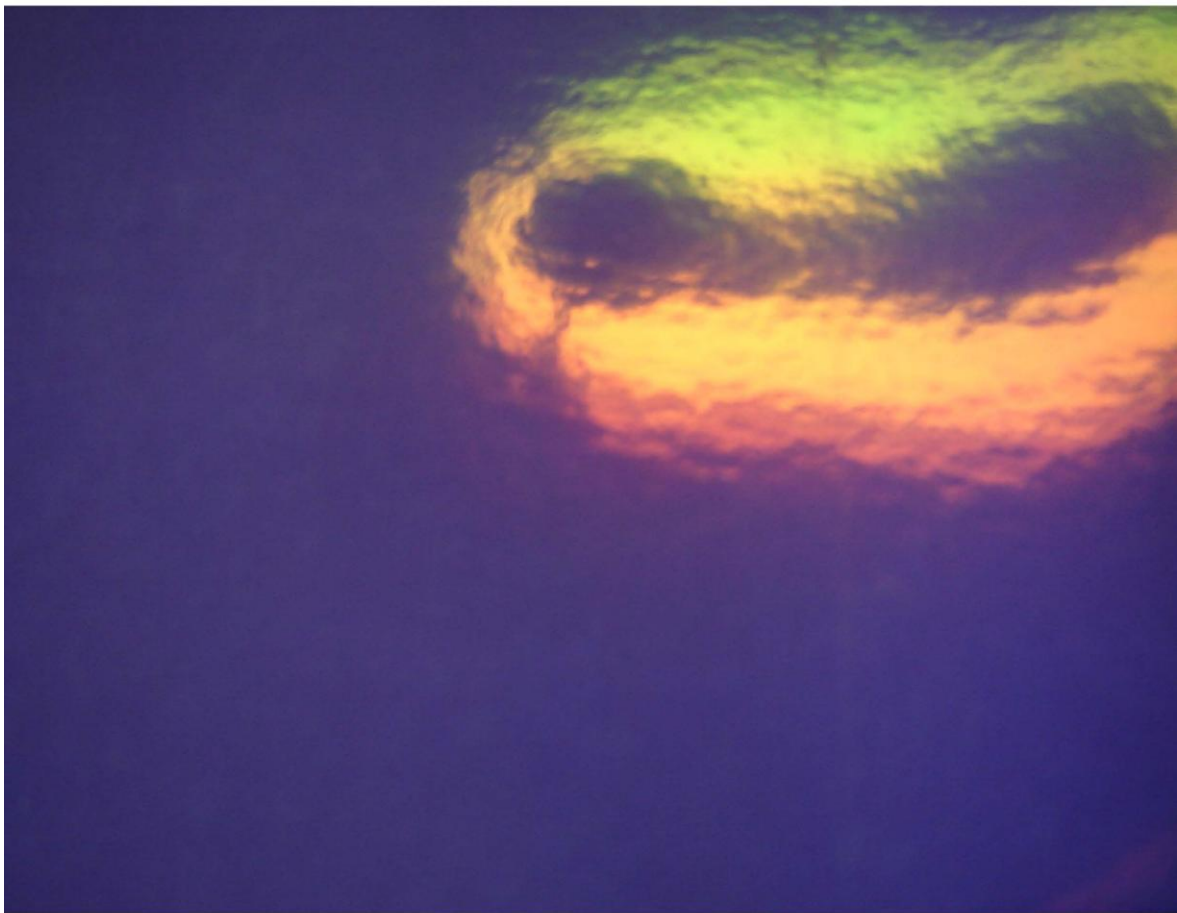


Fig. 113 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento

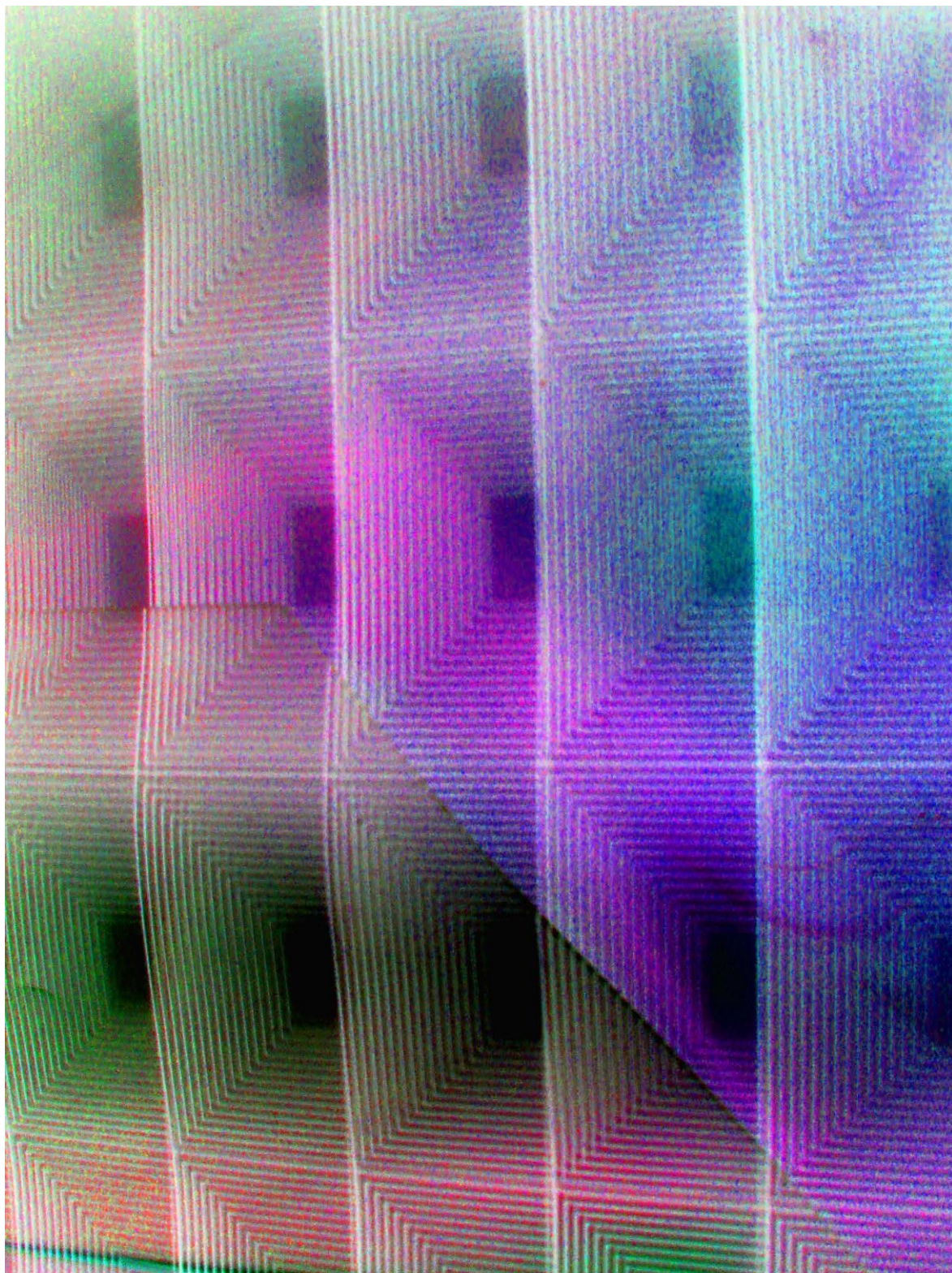


Fig. 114 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida

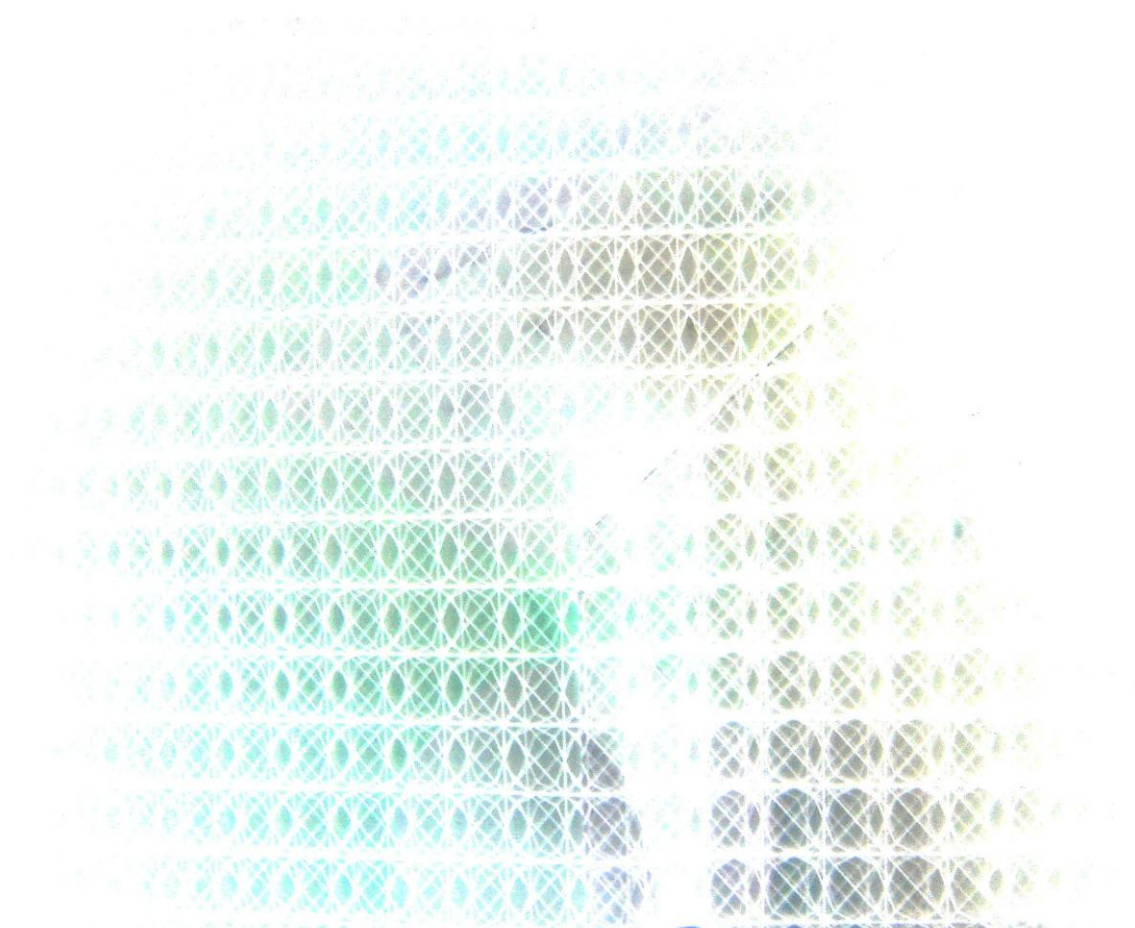


Fig. 115 – Fotografia digital com a técnica de imagem invertida

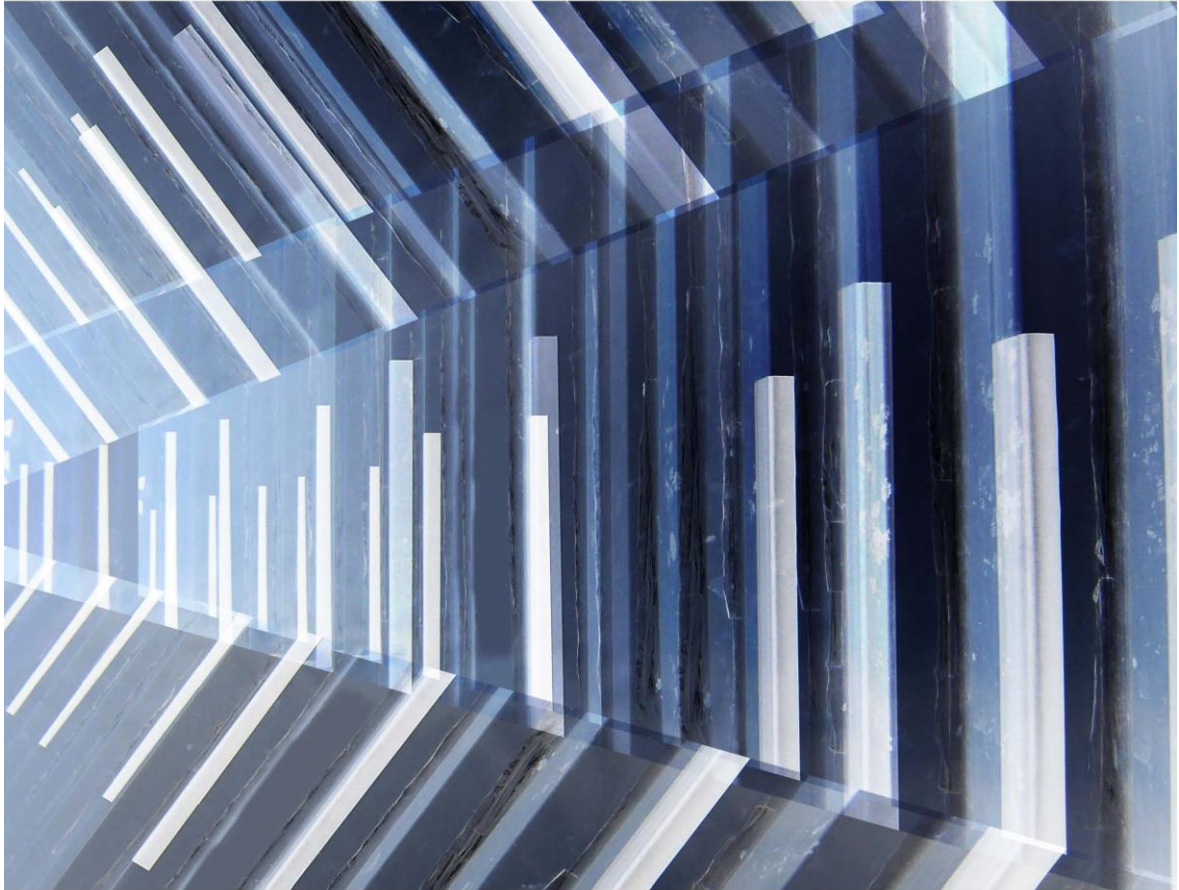


Fig. 116 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida

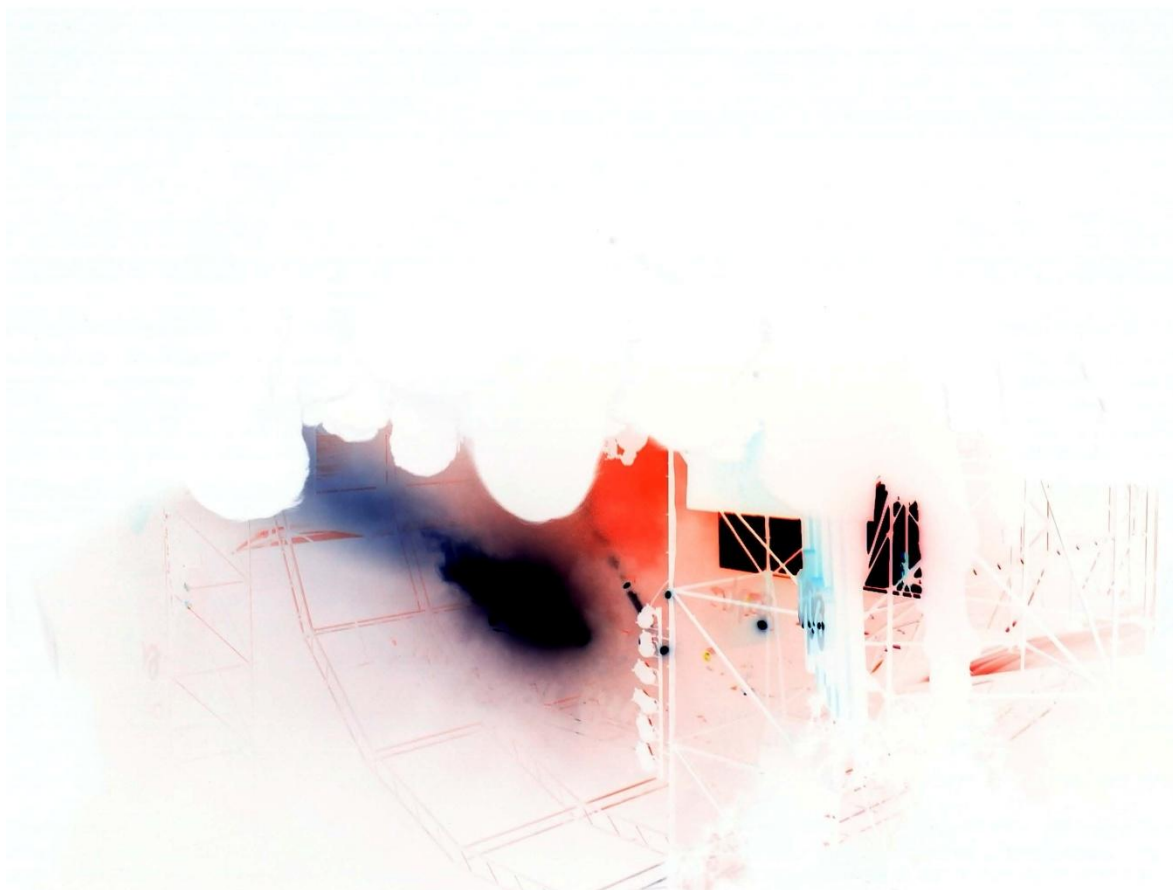


Fig. 117 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida

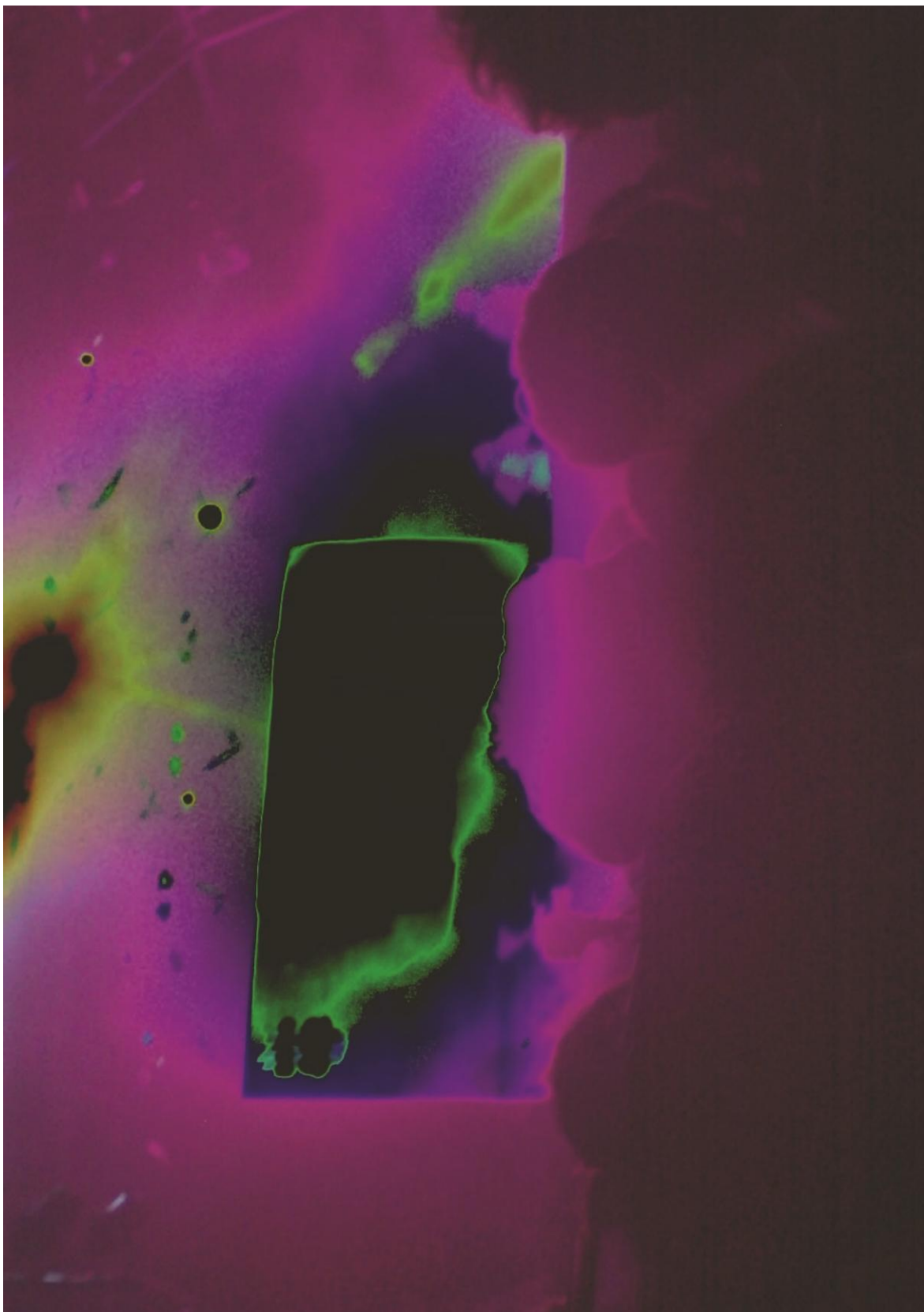


Fig. 118 – Fotografia digital com a técnica de imagem digital invertida

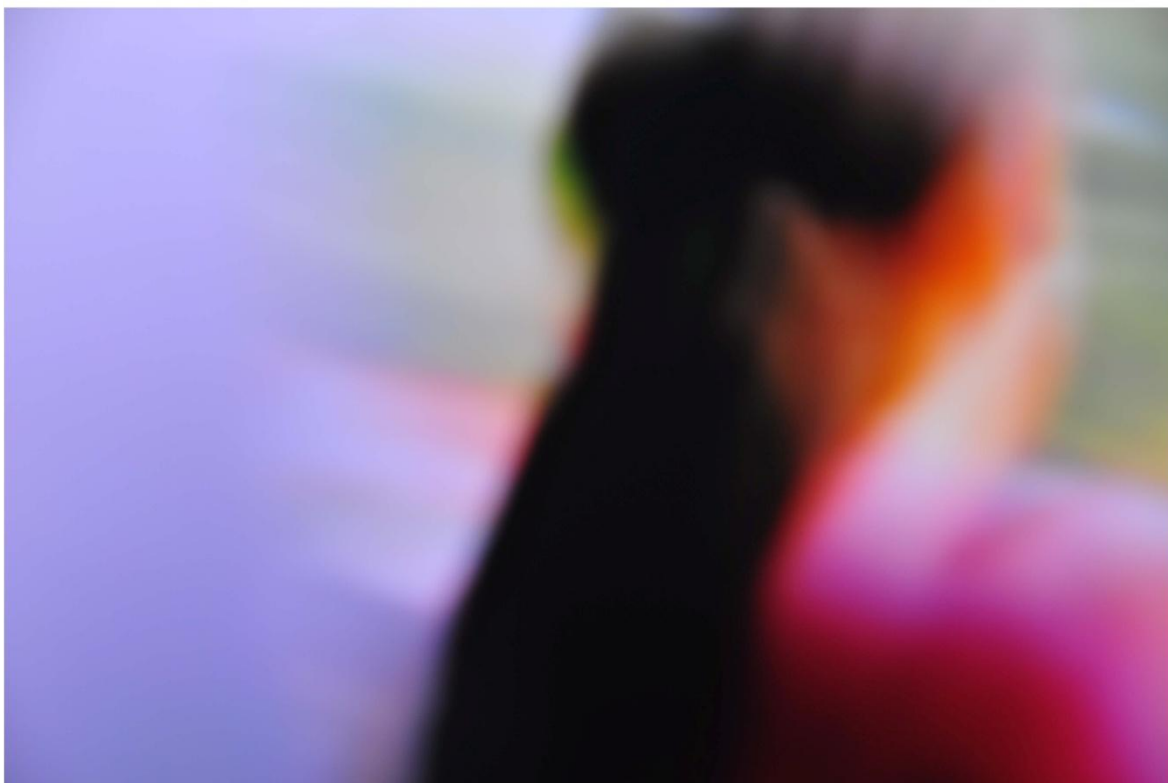


Fig. 119 – Fotografia digital com a técnica de arrastamento e desfoque



Fig. 120 – Fotografia digital

5.7.1 Memória descritiva

Técnicas: Fotografias com manipulação digital (Adobe Photoshop).

Suportes: Conjunto de fotografias impressas em diferentes tipos de papéis.

O Abstracto é o vago, é o abstraído, o alheado, o indeterminado, o incorpóreo, o desordenado, o mistério, o imaterial, o confuso e o enigmático. O abstracto é o que revela abstracção.

É no abstracto, no invisível que explorou-se emoções visuais combinando-se composições visuais, sensoriais e intuitivas.

As presentes abordagens fotográficas são compostas por fotografias manipuladas digitalmente através de transparências, reflexos e inversão de cores.

Em algumas destas abordagens fotográficas foram utilizadas algumas técnicas fotográficas, como o arrastamento, com a finalidade de transmitir a sensação de movimento.

As cores utilizadas foram desde as cores claras, brancas, às cores vivas até às cores mais escuras, sempre com o objectivo de transmitir e provocar diversos estímulos visuais e diferentes emoções.

Em algumas abordagens fotográficas explorou-se a sensação de sublime através da cor branca.

A orientação e os contrastes de elementos opostos claro/escuro e das cores invertidas compõem algumas fotografias, estundando-se a noção de estrutura, de forma acabando por esta se tornar abstracta. Esta estrutura tornou-se uma construção abstracta ilusória, na medida em que foi gerada pela repetição de formas iguais ligadas entre si, provocando uma noção de três dimensões, mas que na realidade é apenas uma folha com formas.

6

Projecto - peça final:
picture book



Fig. 121 – Fotografias digitais, pormenores da peça final: *picture book*



Fig. 122 – Duplas páginas do *picture book*

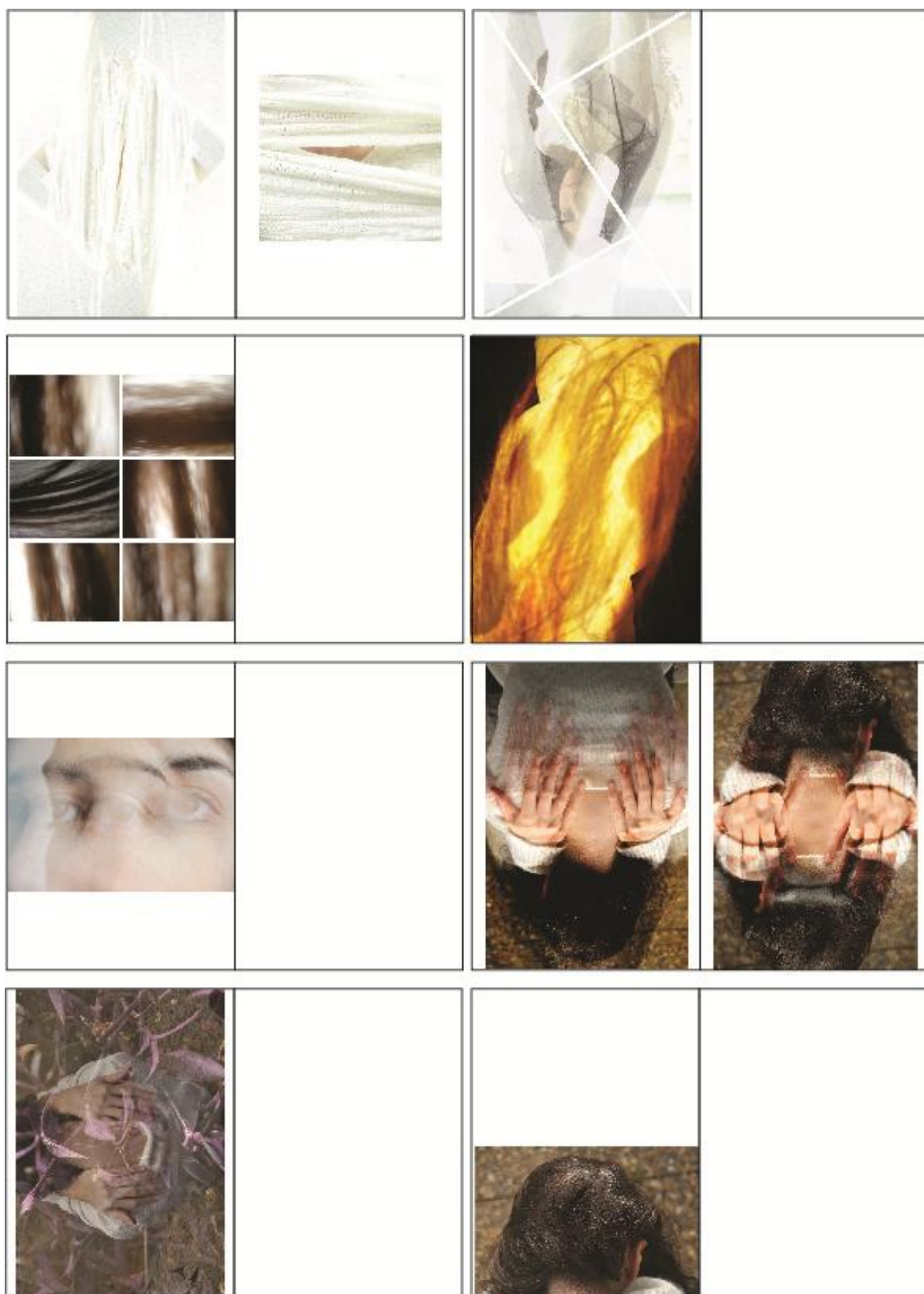


Fig. 123 – Duplas páginas do *picture book*

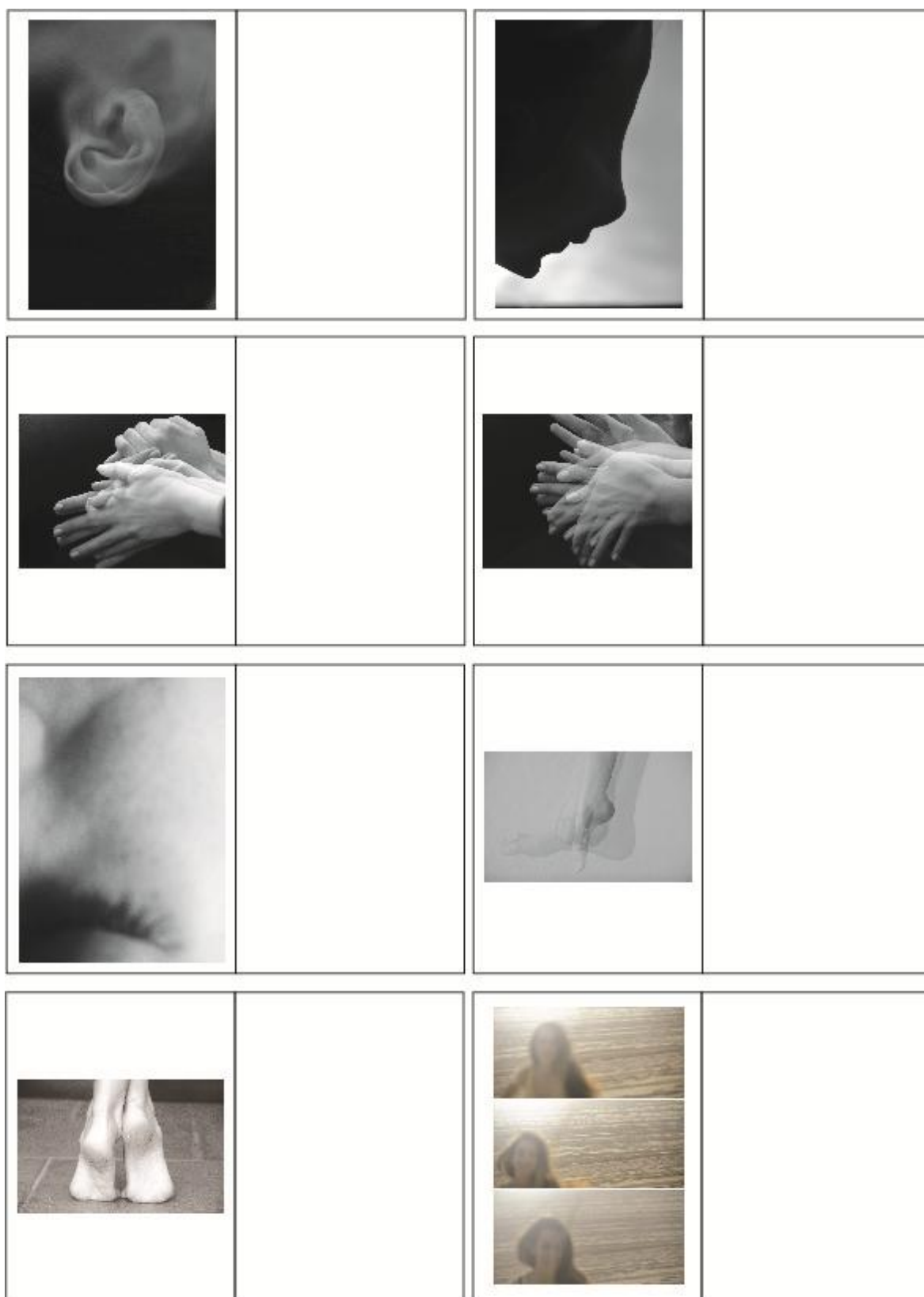


Fig. 124 – Duplas páginas do *picture book*

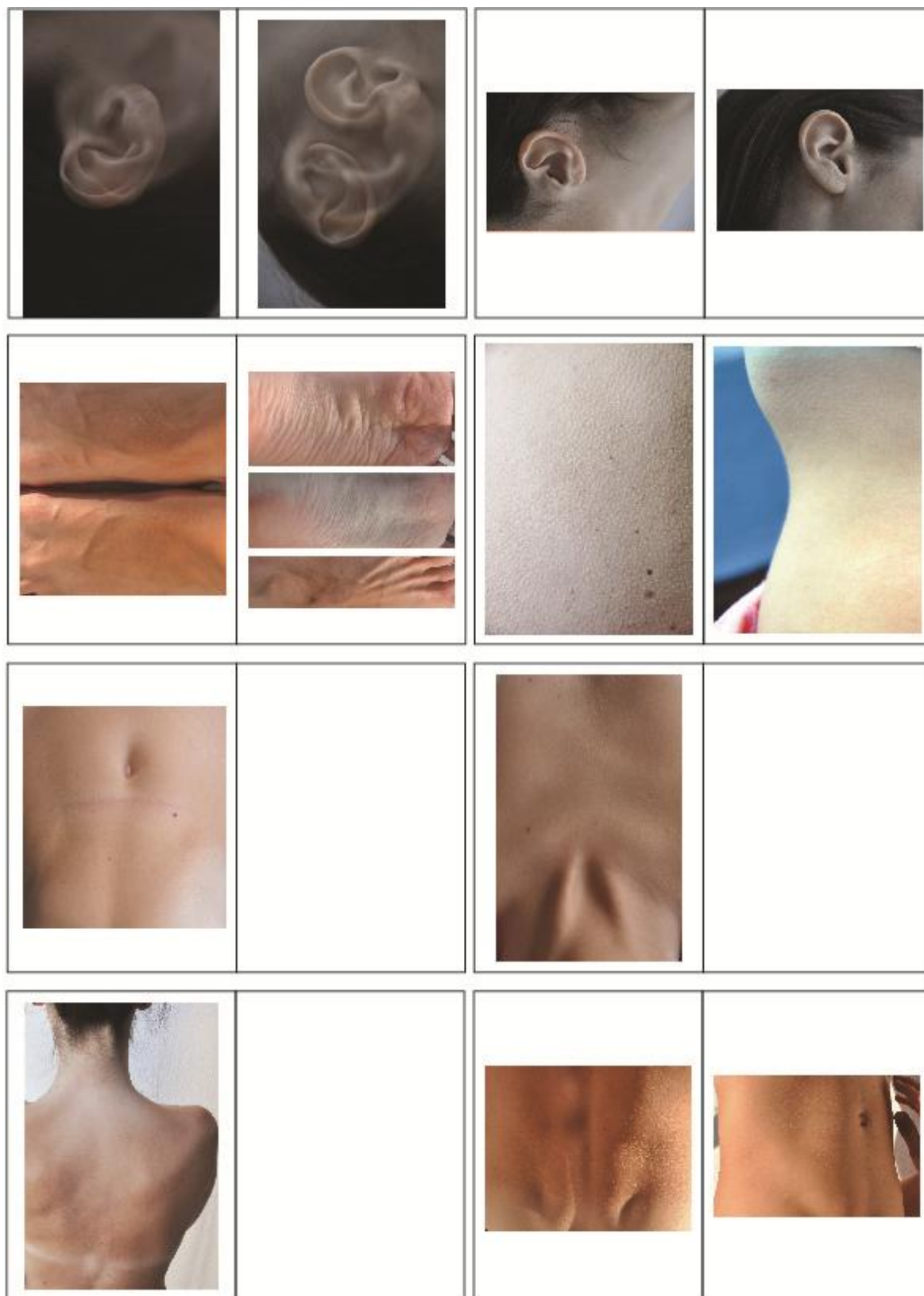


Fig. 125 – Duplas páginas do *picture book*

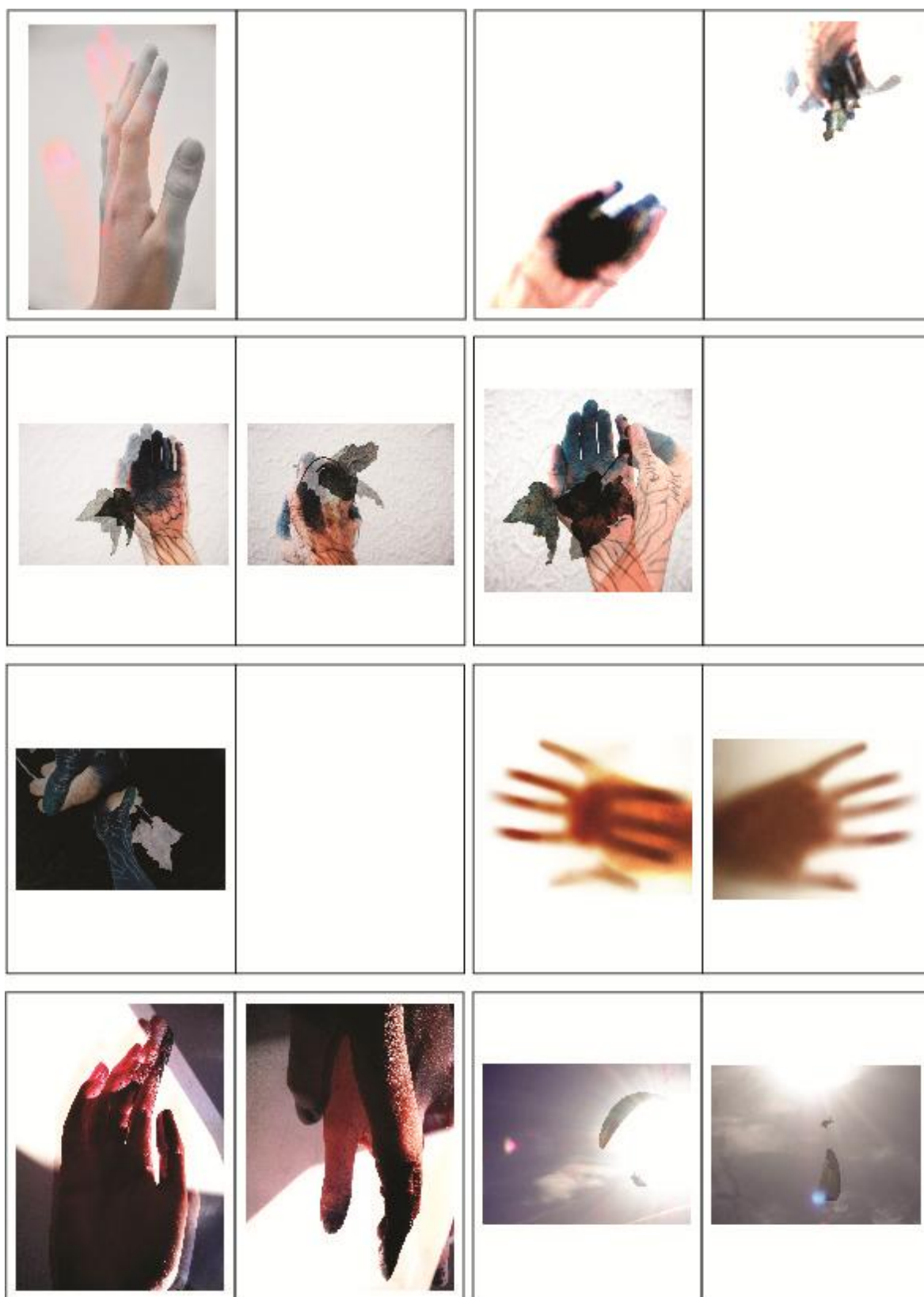


Fig. 126 – Duplas páginas do *picture book*

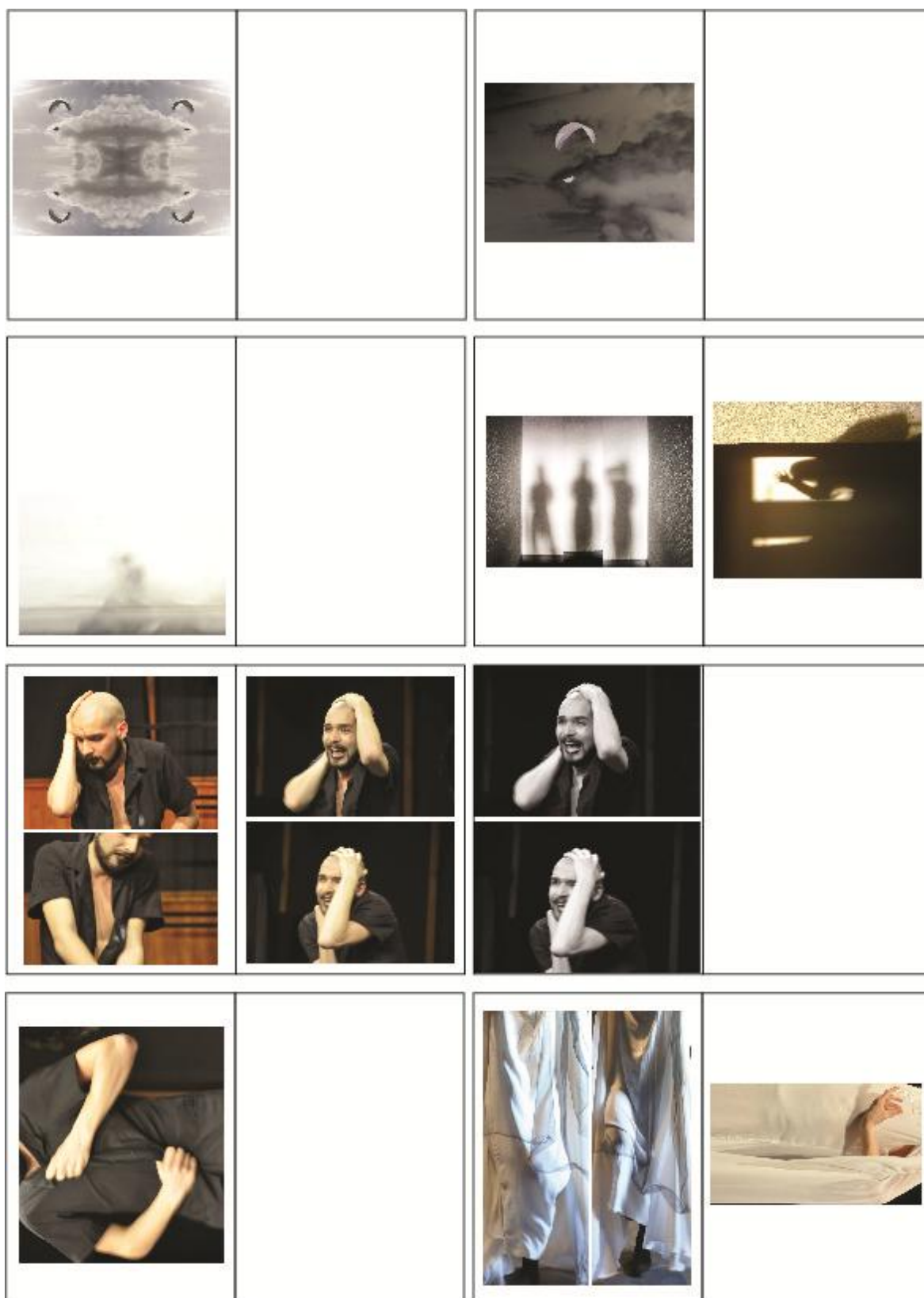


Fig. 127 – Duplas páginas do *picture book*

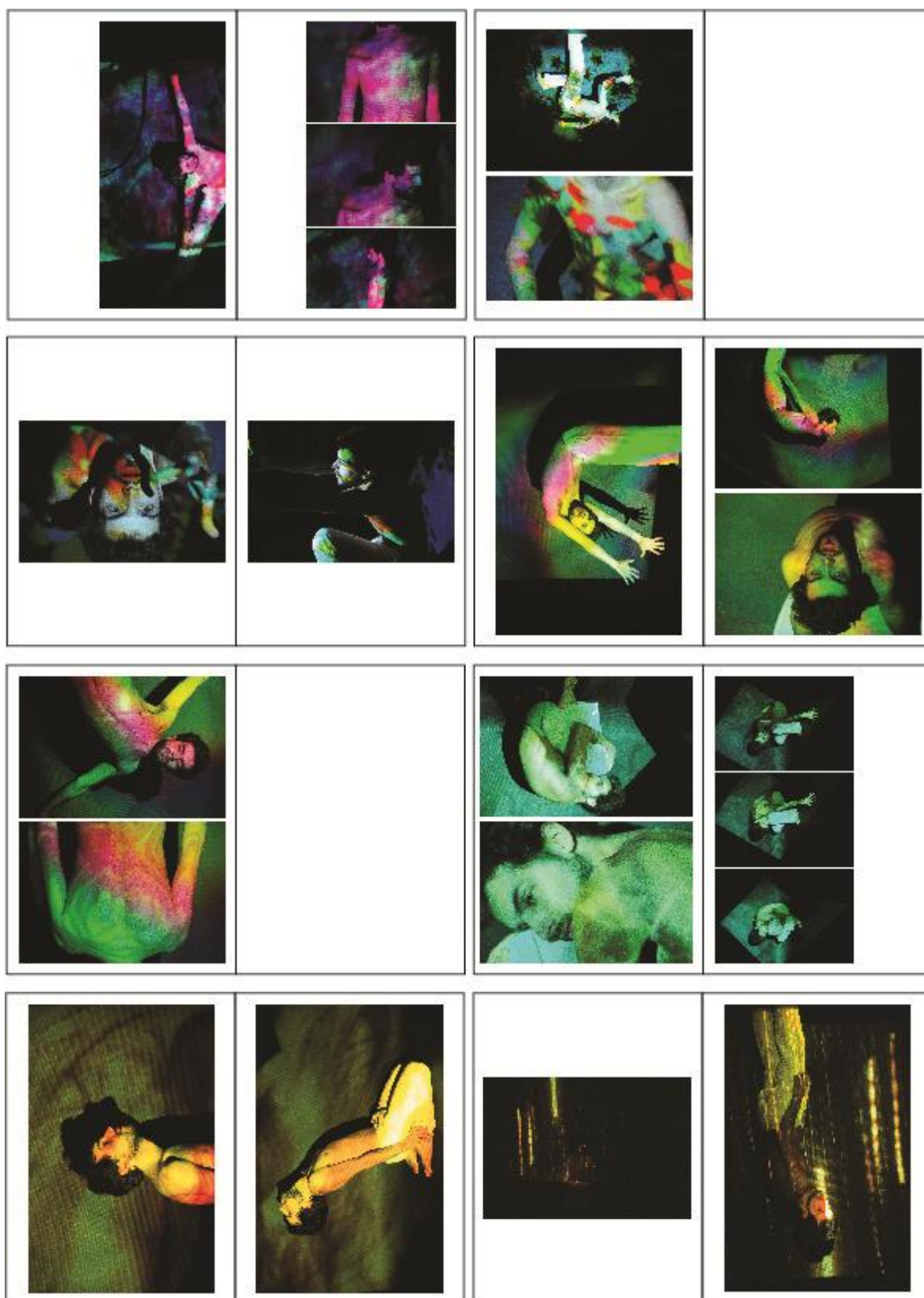


Fig. 128 – Duplas páginas do *picture book*

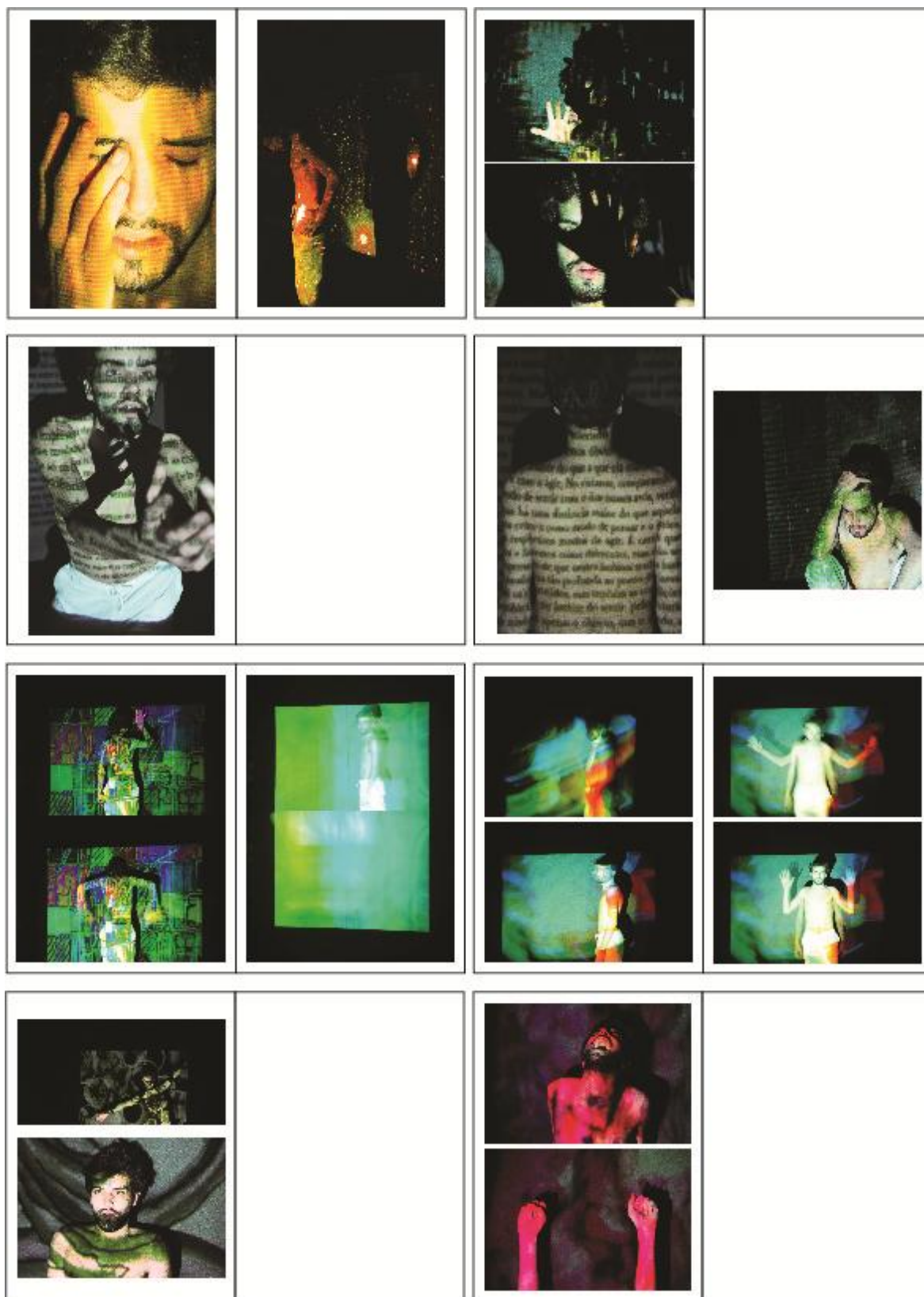


Fig. 129 – Duplas páginas do *picture book*



Fig. 130 – Duplas páginas do *picture book*



Fig. 131 – Duplas páginas do *picture book*

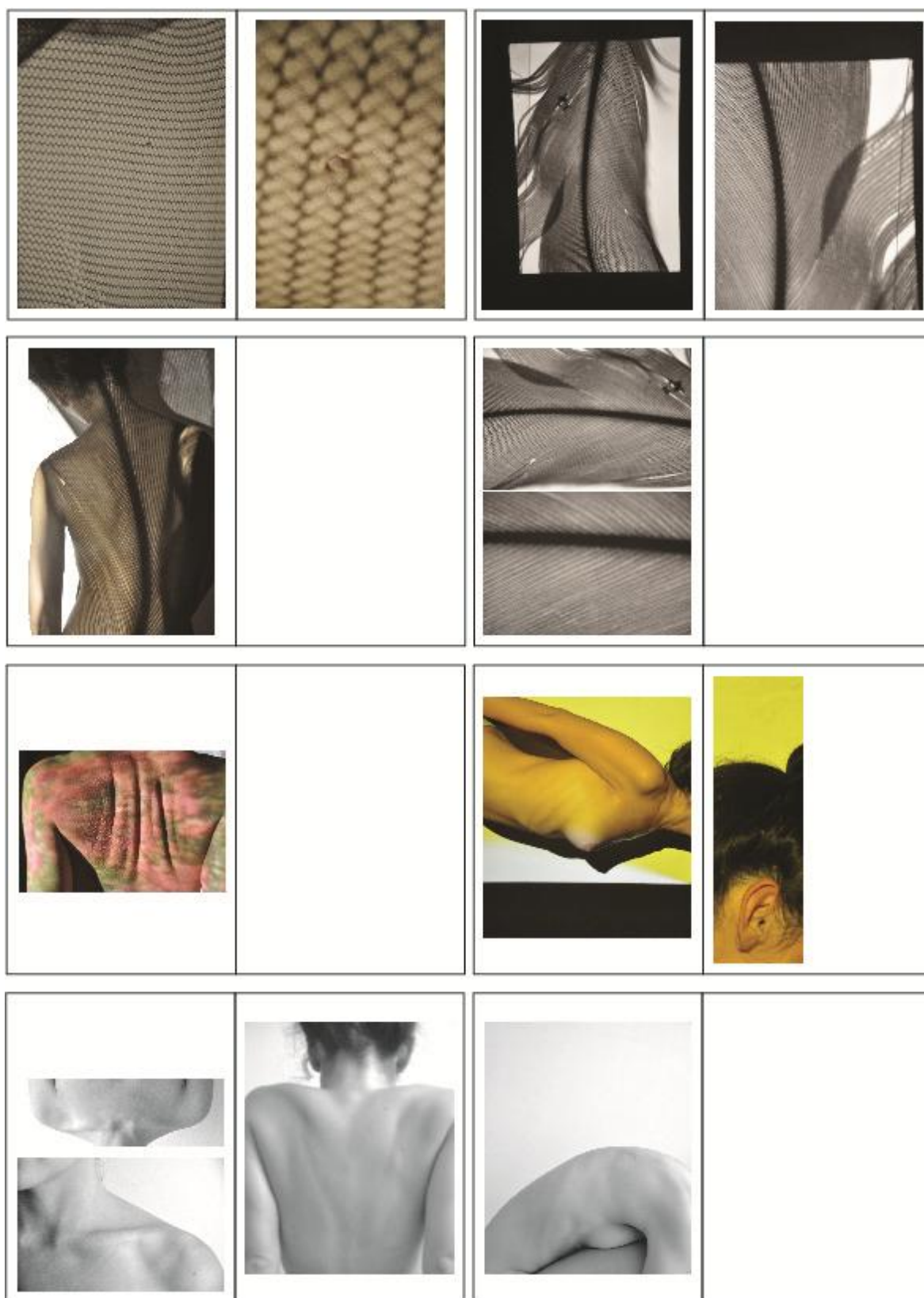


Fig. 132 – Duplas páginas do *picture book*

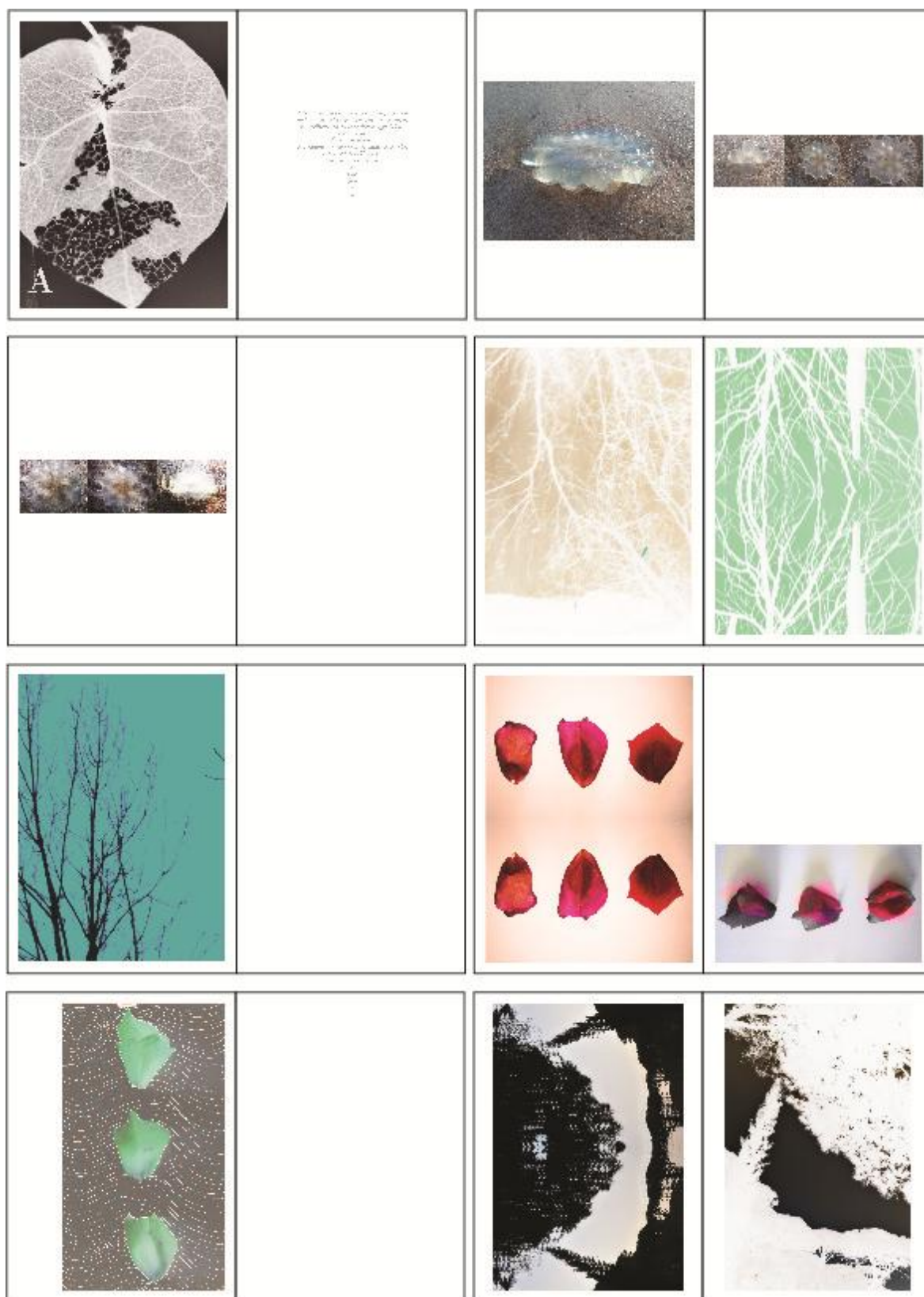


Fig. 133 – Duplas páginas do *picture book*

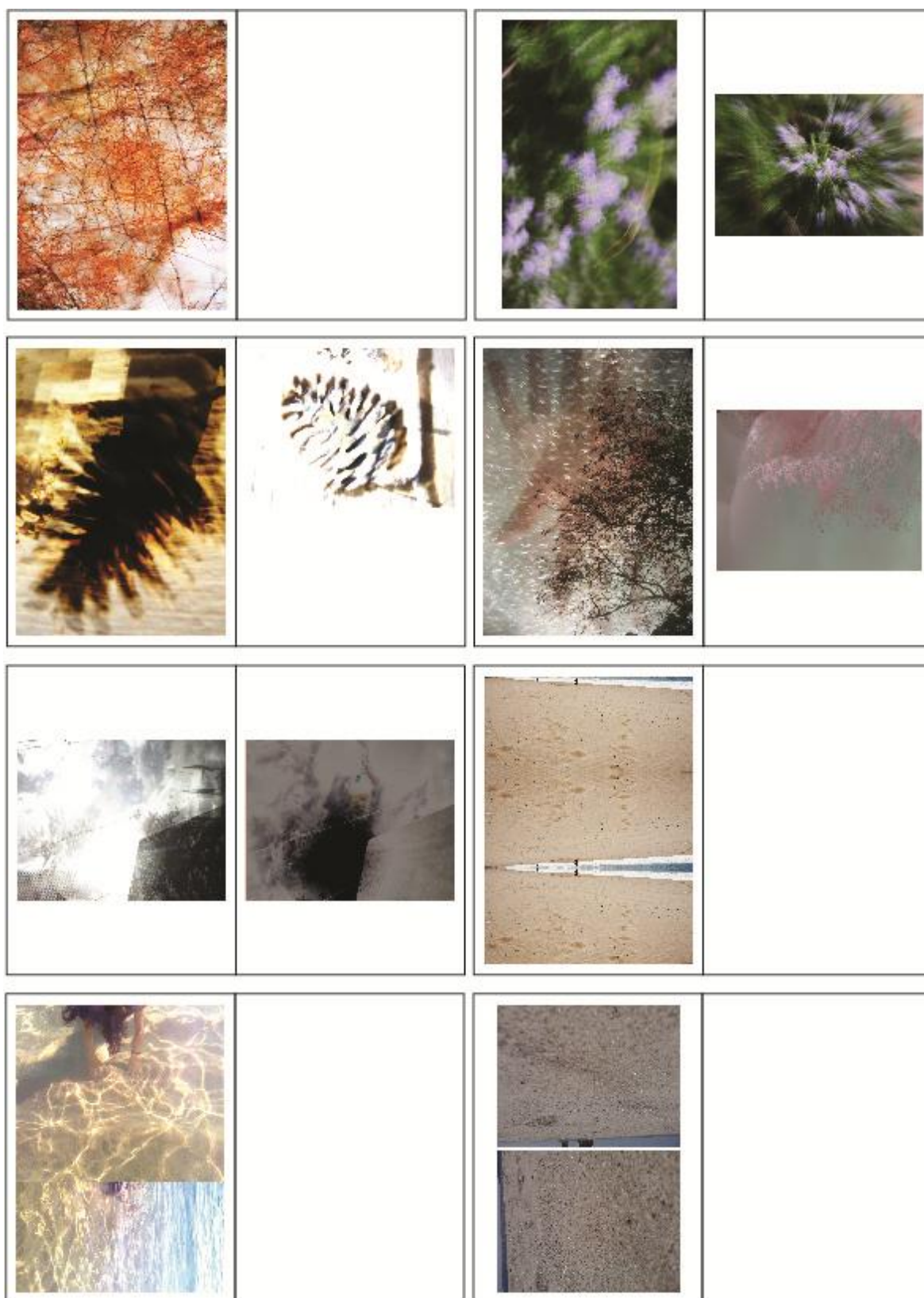


Fig. 134 – Duplas páginas do *picture book*

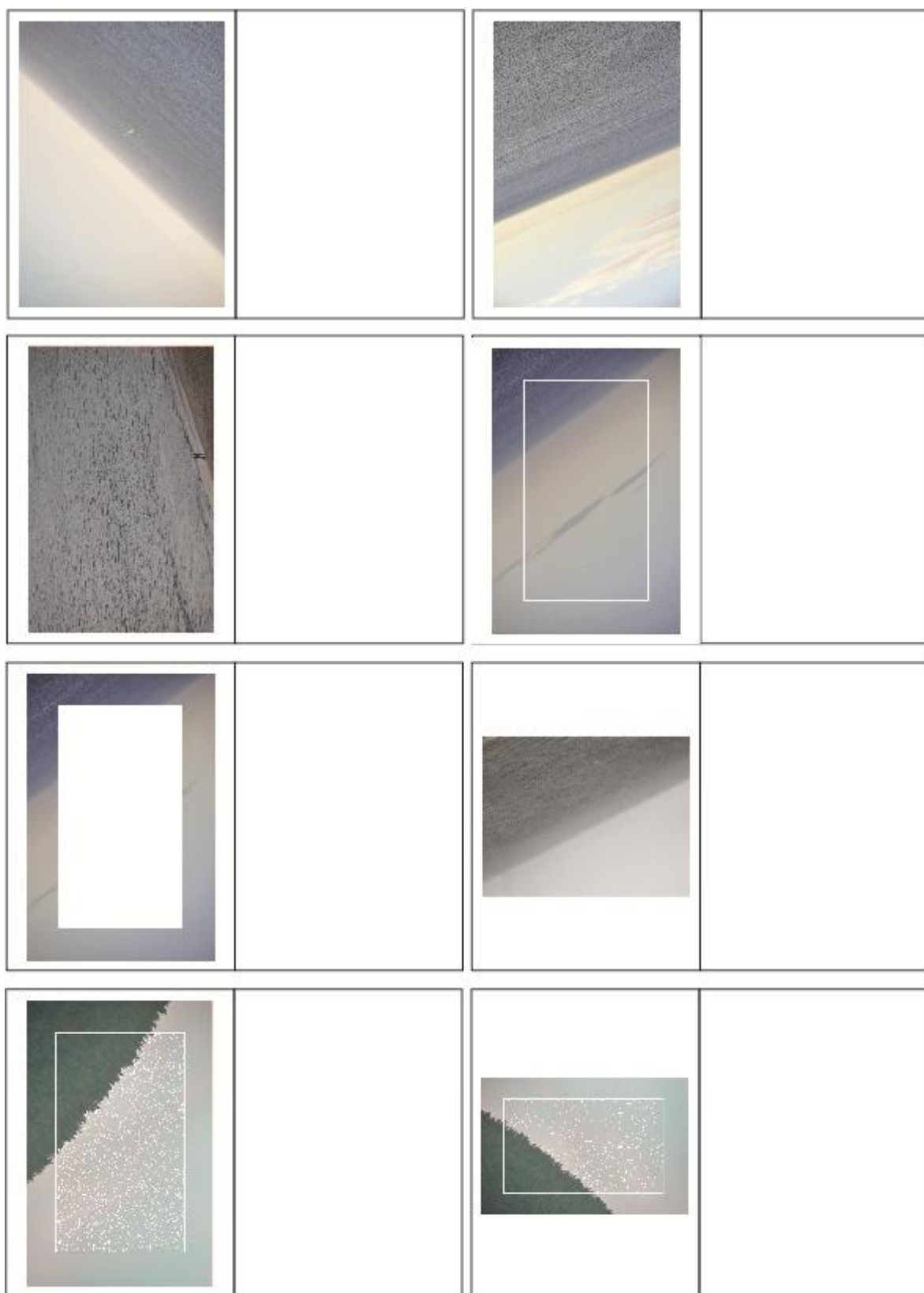


Fig. 135 – Duplas páginas do *picture book*

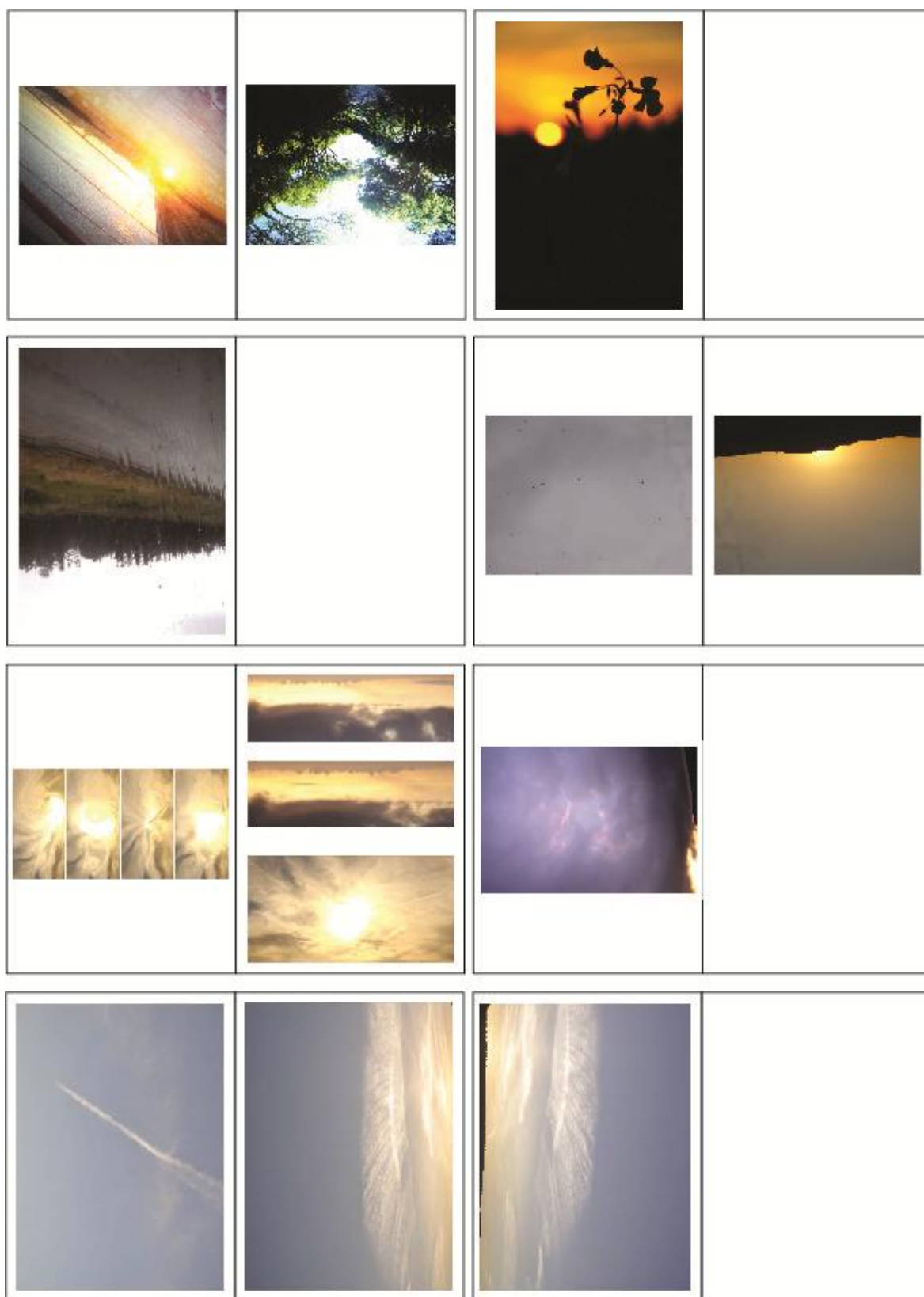


Fig. 136 – Duplas páginas do *picture book*

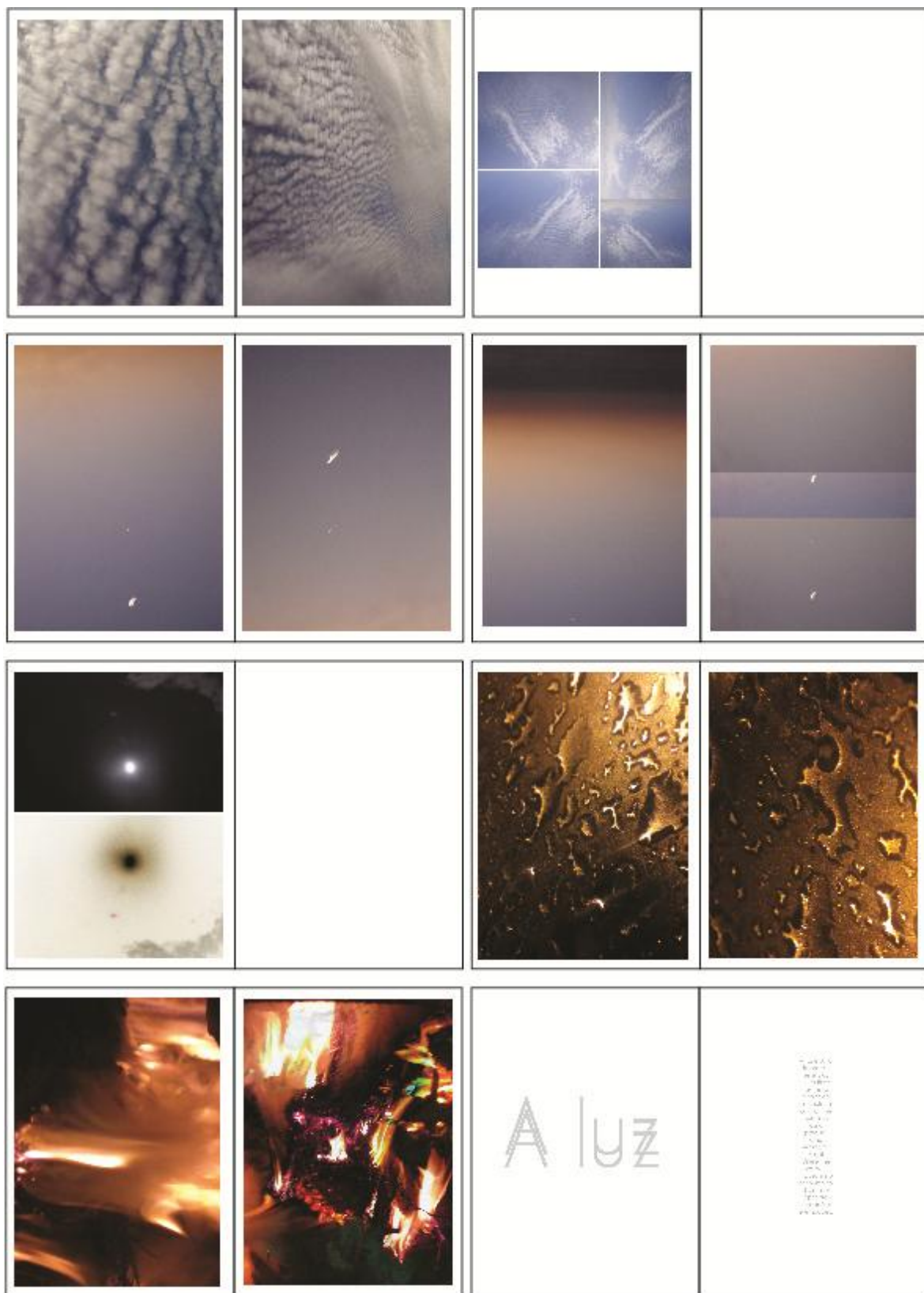


Fig. 137 – Duplas páginas do *picture book*

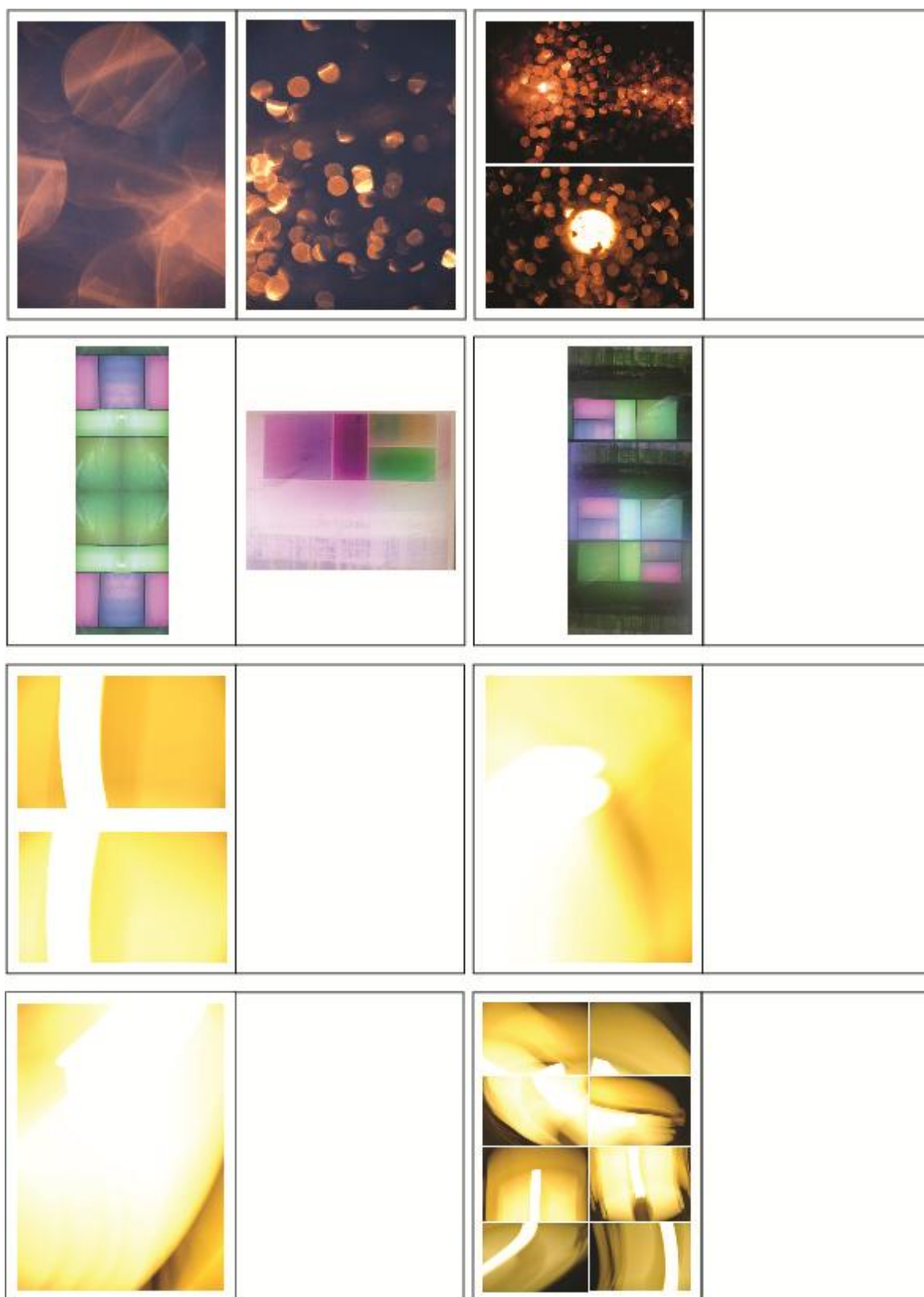


Fig. 138 – Duplas páginas do *picture book*

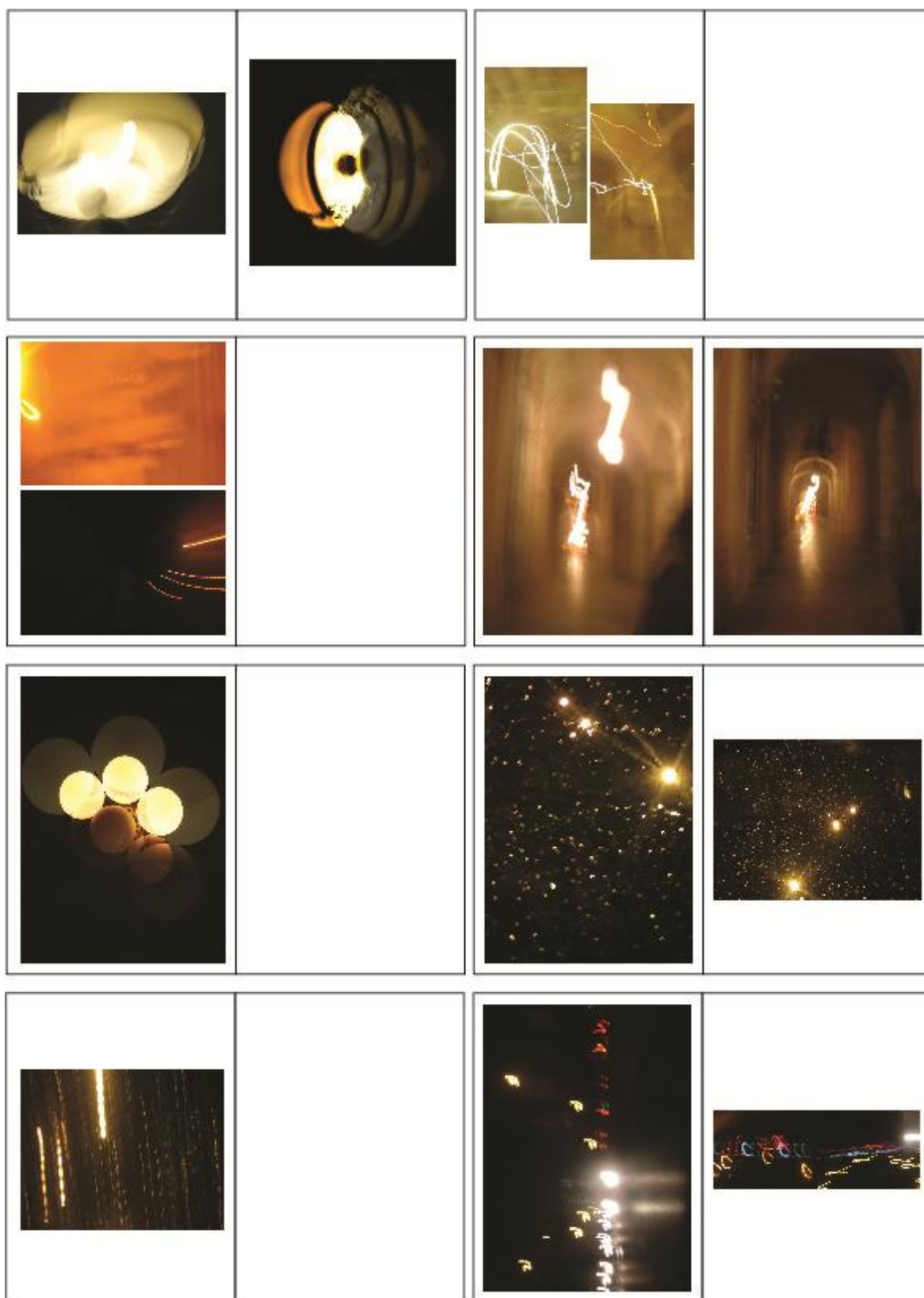


Fig. 139 – Duplas páginas do *picture book*

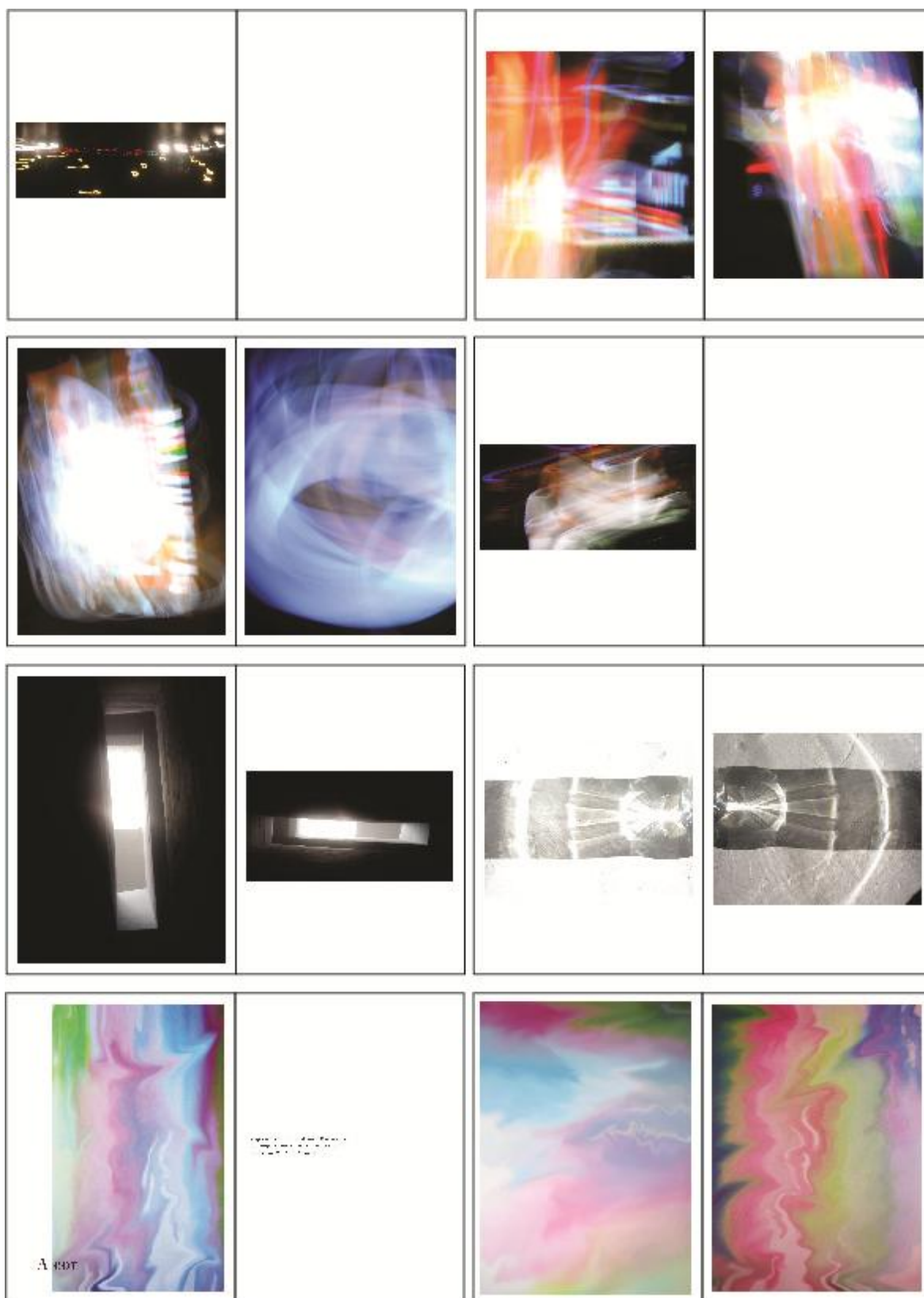


Fig. 140 – Duplas páginas do *picture book*

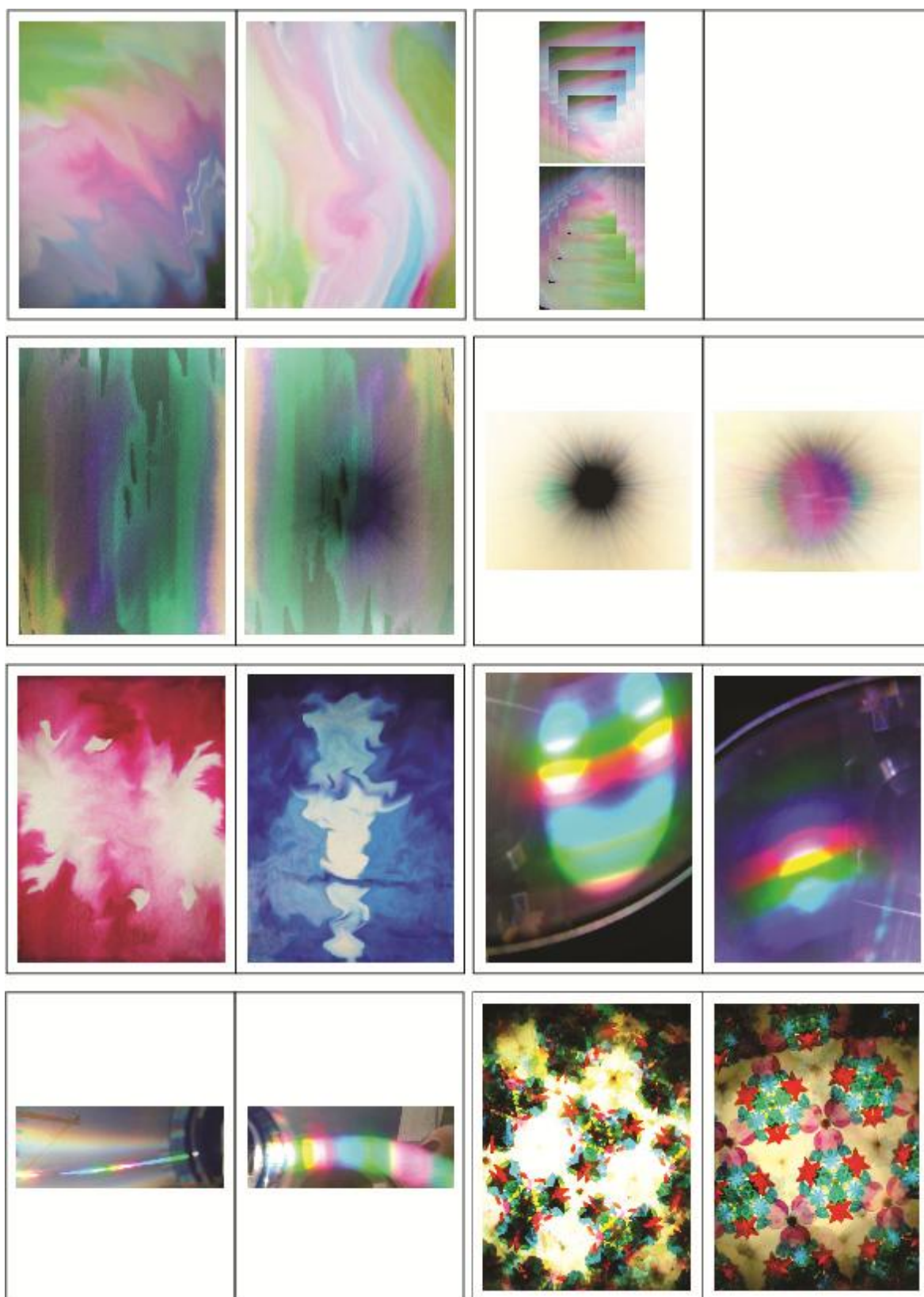


Fig. 141 – Duplas páginas do *picture book*



Fig. 142 – Duplas páginas do *picture book*

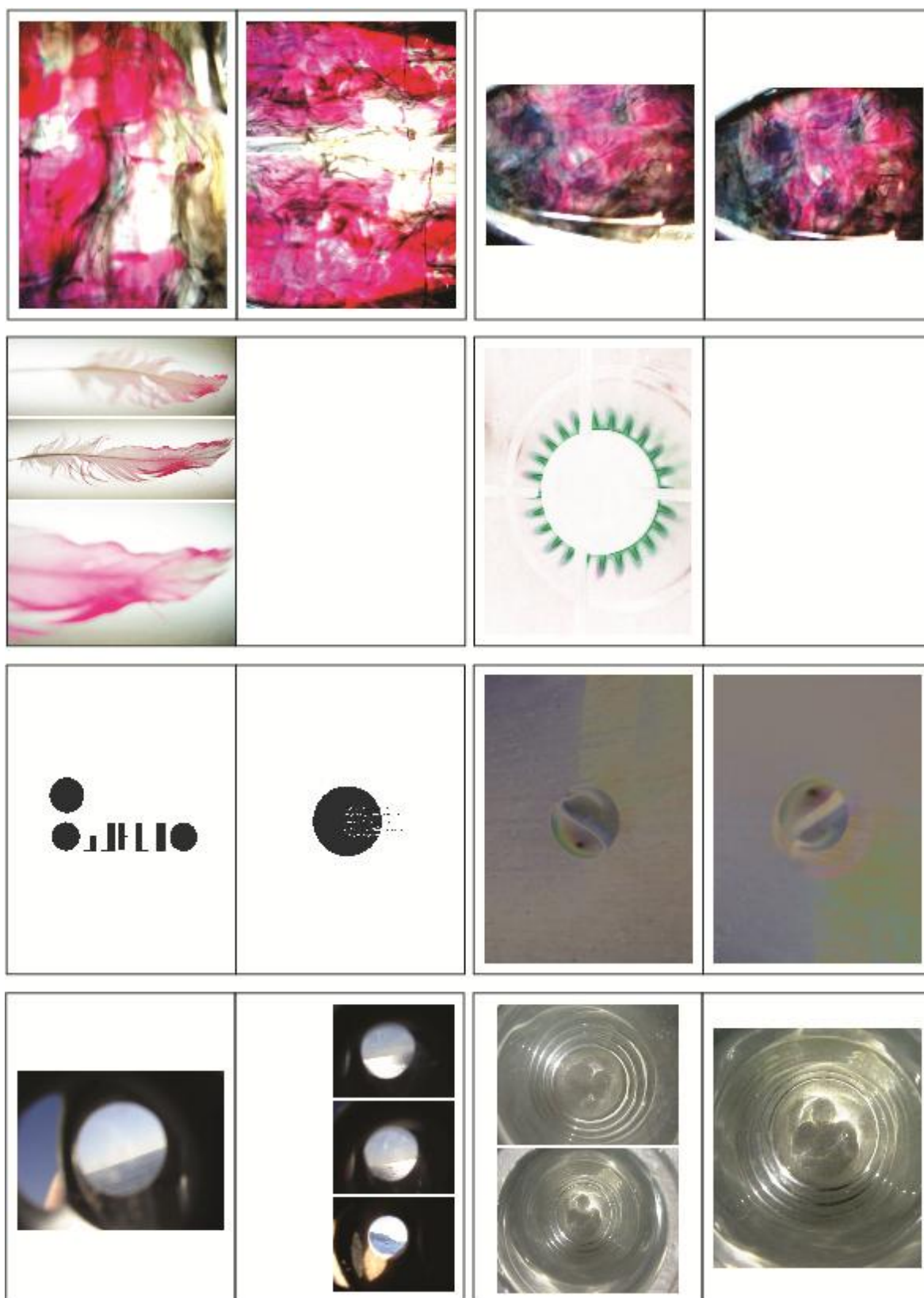


Fig. 143 – Duplas páginas do *picture book*

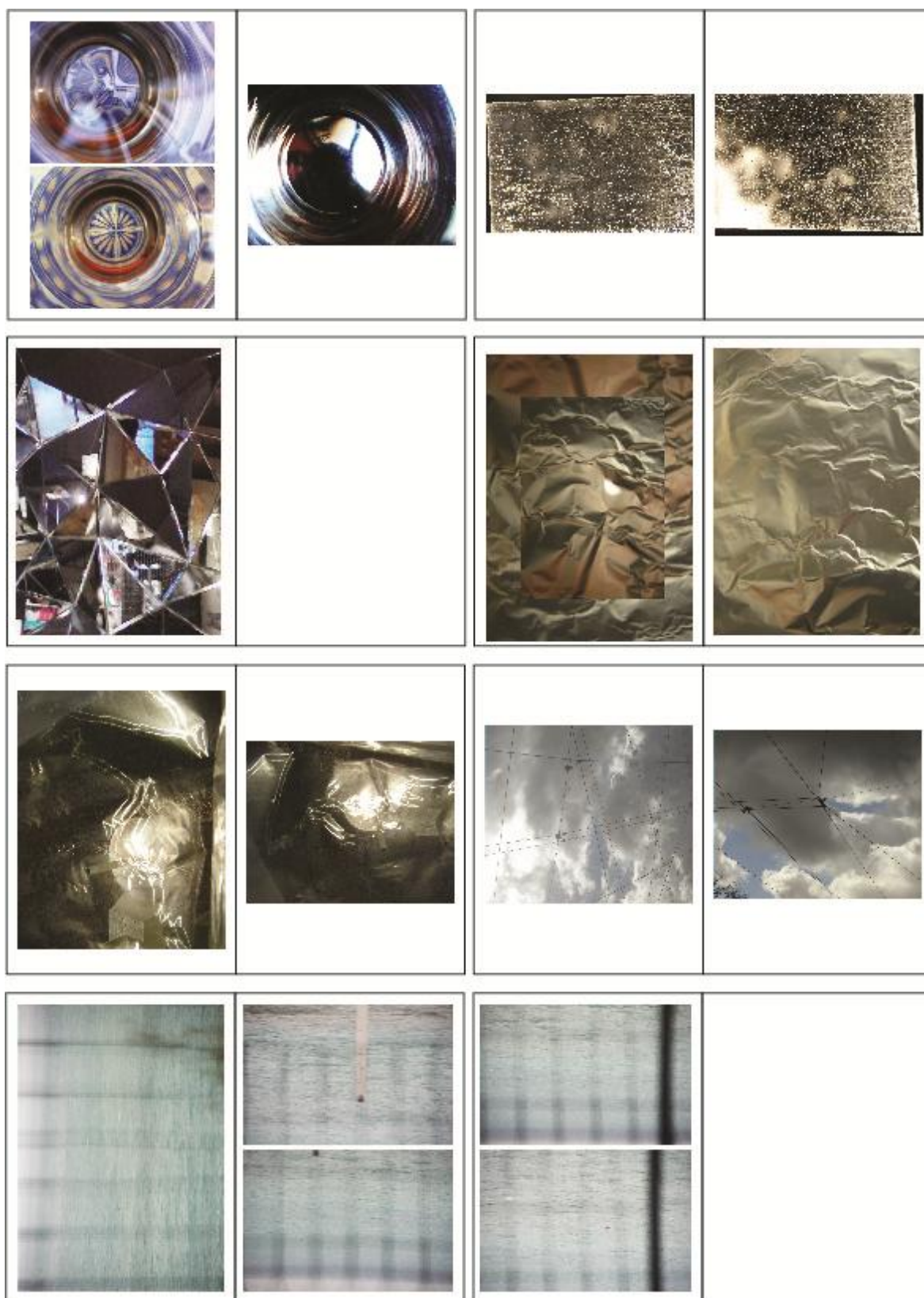


Fig. 144 – Duplas páginas do *picture book*

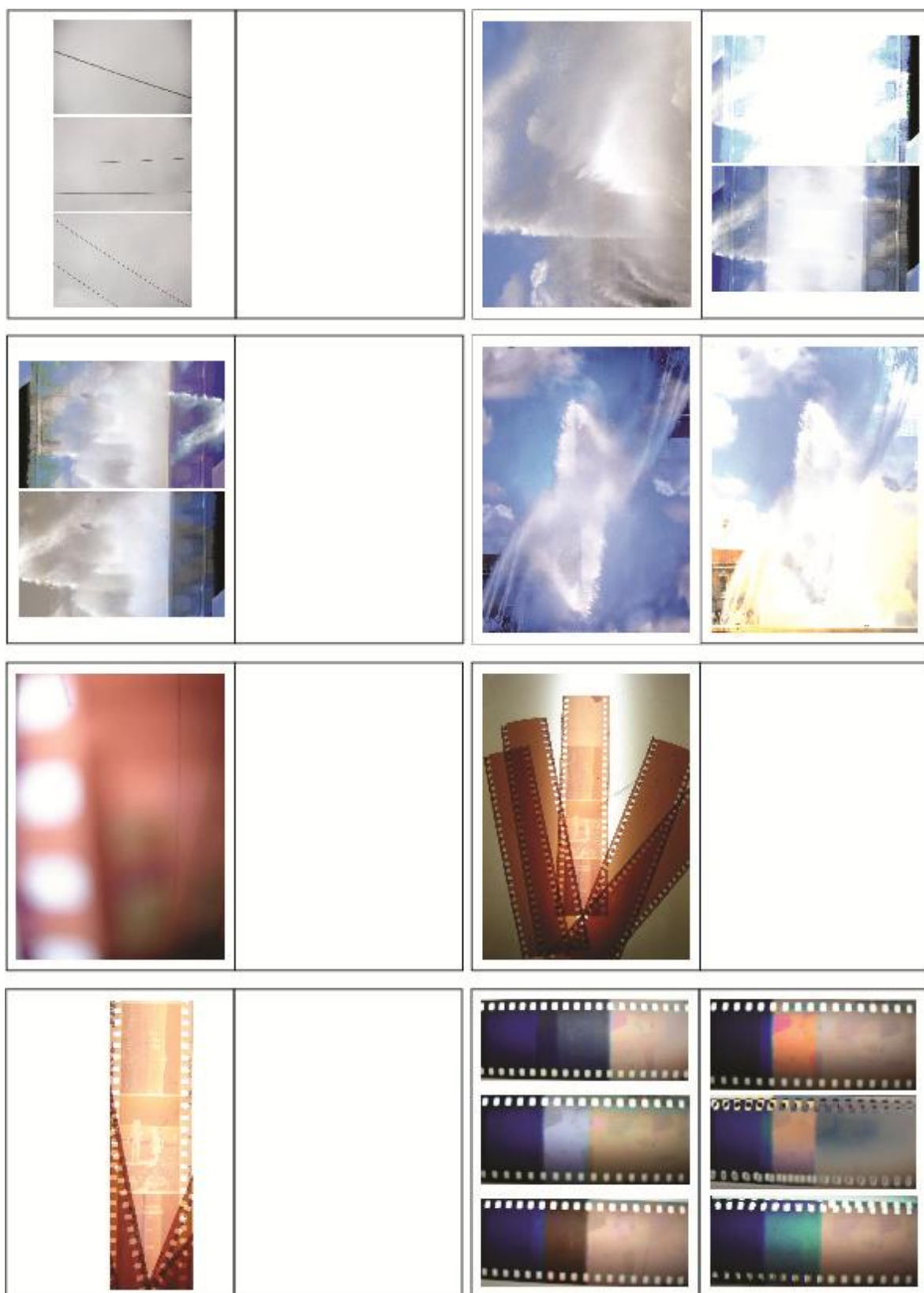


Fig. 145 – Duplas páginas do *picture book*



Fig. 146 – Duplas páginas do *picture book*

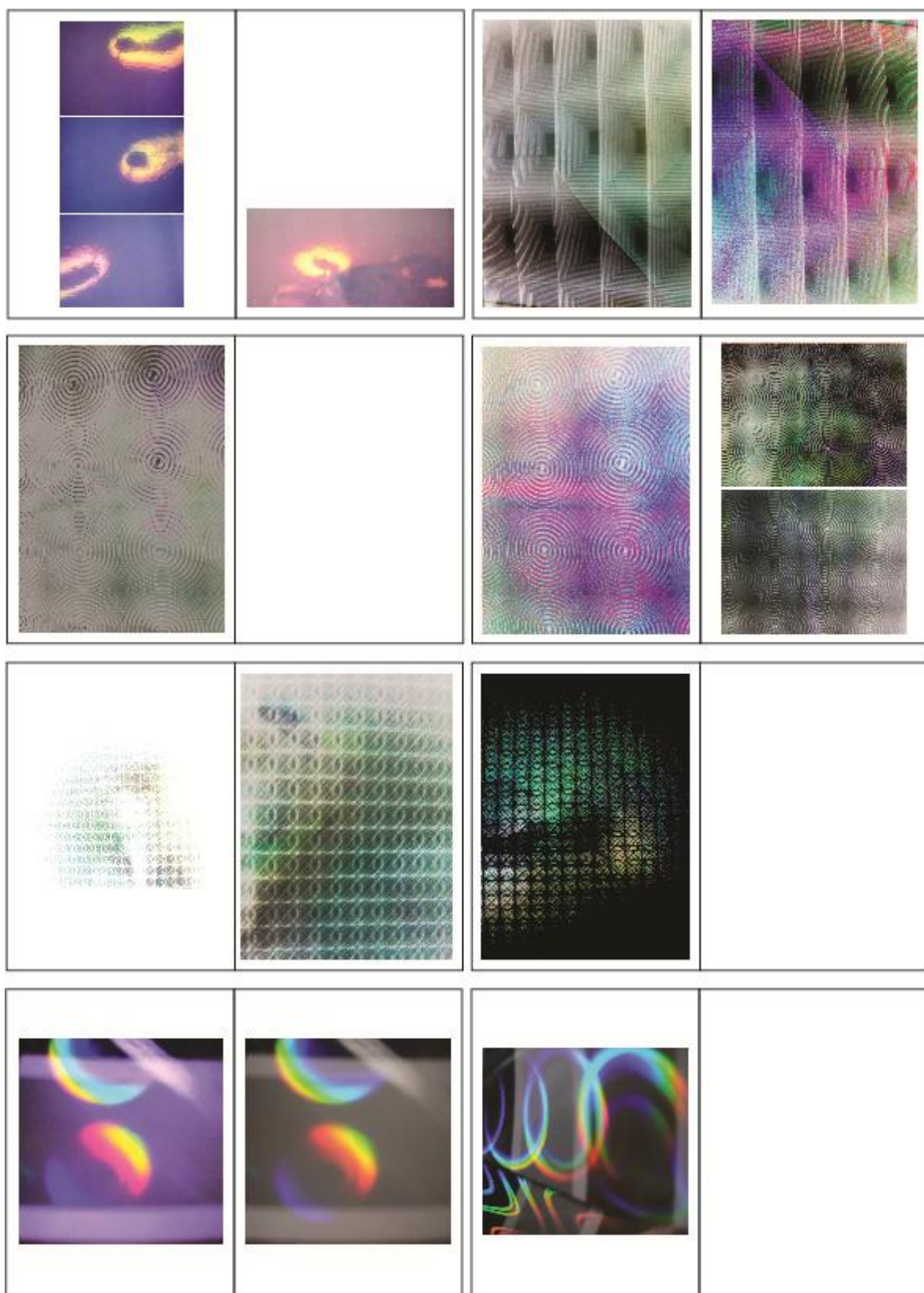


Fig. 147 – Duplas páginas do *picture book*



Fig. 148 – Duplas páginas do *picture book*

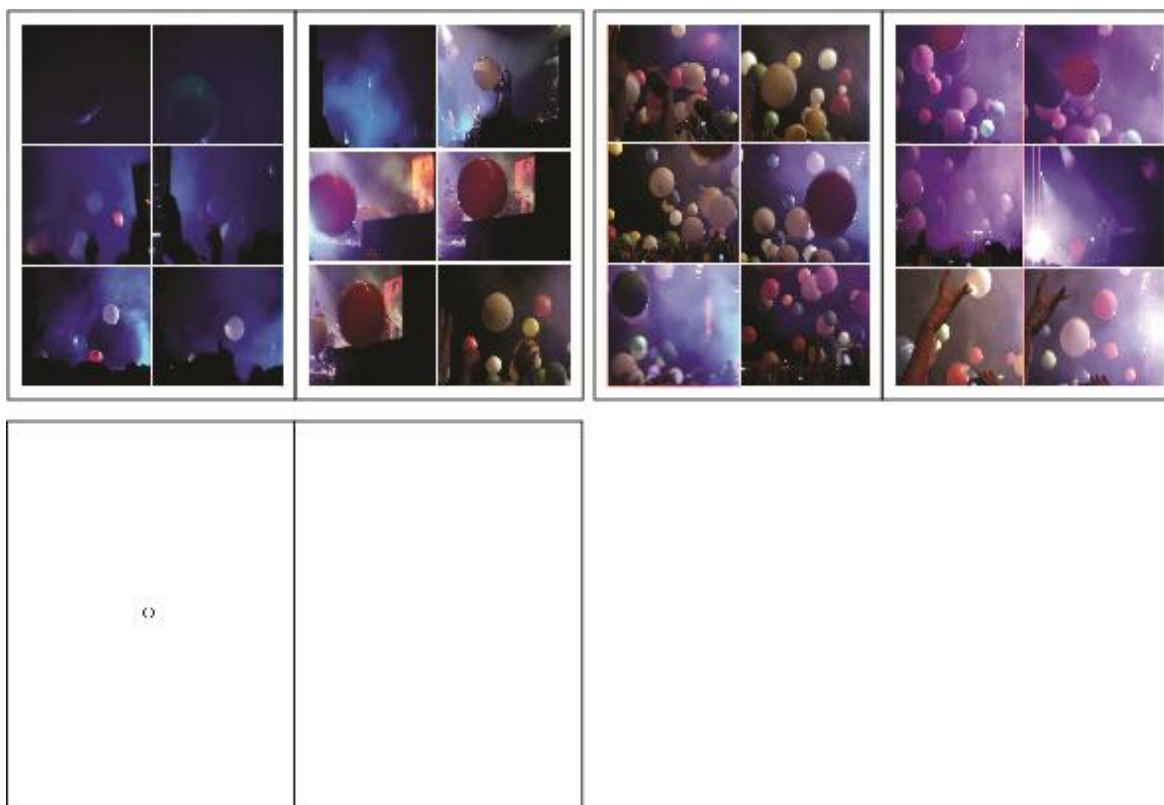
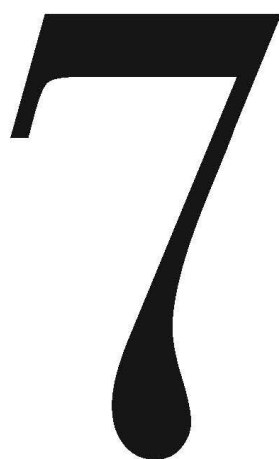


Fig. 149– Duplas páginas do *picture book*

6.1 Memória Descritiva

A peça final do projecto foi um livro, um *picture book*, que reúne uma selecção de todas as abordagens visuais realizadas e exploradas ao longo do projecto, por meio de diversas técnicas, materiais e suportes.

Cada folha é particular e diferente. Algumas folhas são impressas sobre papéis, texturas e materiais distintos, com a finalidade de induzir diferentes sensações no observador. Cada abordagem visual é dividida pelos sub-temas definidos: o ser Humano, a Natureza, a luz, a cor, o objecto e o abstracto.



Conclusões

Após o desenvolvimento deste trabalho e fazendo uma reflexão do percurso efectuado na sua elaboração, é possível constatar que houve uma evolução gradual tanto ao nível da aquisição das noções e dos conhecimentos teóricos como ao nível da exploração visual da temática *emoções visuais*, contribuindo assim desta forma não só para aprofundar e consolidar os conhecimentos que já possuía, bem como para adquirir novas capacidades e novas aptidões, quer ao nível pessoal, quer ao nível projectual.

É possível concluir também que, partindo-se de um tema subjectivo como a *emoção*, porque depende e varia do contexto, da cultura e de pessoa para pessoa (consoante a sua experiência e a sua vivência), com um certo nível de abstracção é possível explorar visualmente este tema, chegando-se assim a *emoções visuais*. Seja provocando uma sensação e emoção positiva ou negativa, creio que as peças visuais que criei conseguem alcançar os objectivos pretendidos.

Relembrando os objectivos principais inicialmente propostos, sendo eles a criação de peças visuais que não só transmitam mas também provoquem e despertem as emoções do observador e a exploração de elementos e composições sensoriais, visuais, espontâneas, intuitivas e estimulantes, acredito assim que tais objectivos foram alcançados.

Ao longo da fase projectual, as peças visuais que realizei foram sobretudo de essência exploratória, nas quais foram explorados ao máximo os limites visuais. Cada peça visual feita não só possui uma parte do autor, ou seja, de mim própria, como também uma parte do assunto explorado. Apesar de serem explorados conceitos e técnicas diferentes, segundo abordagens distintas, é permissível constatar-se sempre uma relação de harmonia entre o autor da peça e o assunto, ou seja, entre mim e o tema. Talvez por esta razão, cada peça visual consiga transmitir não só a emoção que quero comunicar como também consiga provocar, induzir e despertar certas emoções no observador.

Outra conclusão que é possível retirar é que se cada peça visual tocar e emocionar uma pessoa por qualquer razão, essa peça visual ficará retida na memória da pessoa durante mais tempo, tornando-se assim numa vantagem para o designer e para o seu trabalho, o que possibilita também ao designer conhecer melhor as pessoas que o rodeiam, bem como as suas atitudes e comportamentos.

De acordo com as constatações anteriores e concluindo com uma sugestão para um futuro próximo, o designer visual deve ter em conta que cada peça que faz e que explora deve

“tocar a alma” de quem observa, ao invés de fazer uma peça visual que apenas seja para fins comerciais, esvaziada de emoção.

8

Bibliografia

- ANDERS, S., ENDE, G., JUNGHOFFER, M., KISSLER, J., & WILDGRUBER, D. (2006). *Progress in brain: Understanding emotions*. Oxford: Elsevier.
- ARNHEIM, R. (2005). *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- BARNARD, M. (2001). *Visual Culture: Approaches to understanding* (1ª ed). Palgrave.
- BARROS, L.R.M. (2009). *A cor no processo criativo: Um estudo sobre Bauhaus e a teoria de Goethe* (3ª ed). São Paulo: SENAC.
- BARTHES, R. (2010). *A Câmara Clara: Nota sobre a fotografia*. Lisboa: Edições 70.
- BATE, D. (2009). *Photography: The key concepts*. Oxford e Nova Iorque: BERG.
- BAURET, G. (1992). *A Fotografia: história, estilos, tendências, aplicações*. Lisboa: Edições 70.
- BERGER, J. (1972). *Modos de Ver*. Lisboa: Edições 70.
- BERGSTROM, B. (2008). *Essentials of visual communication*. Londres: Laurence King.
- BOURNE'S, S. (2011). *Essays on inspiration, creativity & vision in photography*. Nevada: Bourne Media Group.
- BRINGHURST, R. (2008). *Elementos do Estilo Tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- CENTRO DE ARTES VISUAIS. (2003). *Sem Limites: Fotografia, vídeo e cinema*. Porto: Centro de Artes Visuais.
- CENTRO DE MÚSICA VISUAL. Consult. 14 Jan 2014, disponível em: <http://centerforvisualmusic.org/>.
- DAMÁSIO, A. (2010). *O livro da consciência: A construção do cérebro consciente*. Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- DAMÁSIO, A. (2011). *O erro de Descartes: Emoção, razão e cérebro humano*. Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- DAMÁSIO, A. (2012). *Ao encontro de Espinosa: As emoções sociais e a neurologia do sentir*. Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- DAMÁSIO, A. (2013). *O Sentimento de si: Corpo, Emoção e Consciência* (1ª ed). Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- DESIGN AND PHOTOGRAPHY. Consult. 3 Fev 2014, disponível em <http://thisisnthappiness.com/>
- DESIGN AND VISUAL ARTS. Consult. 14 Jan 2014, disponível em <http://thisispaper.com/filter/print>.

- DÖVELING, K., SCHEVE, C. & KONIJN, E.A. (2001). *The Routledge handbook of emotions and mass media*. Nova Iorque: Routledge.
- *EDITORIAL DESIGN*. Consult. 30 Abr 2014, disponível em <http://www.freundevonfreunden.com/>.
- *EDITORIAL AND GRAPHIC DESIGN*. Consult. 30 Abr 2014, disponível em <http://www.kinfolk.com>.
- *Editorial Projects*. Consult. 1 Ago 2014, disponível em <http://www.twopoints.net/>.
- ELKINS, J. (2001). *The domain of images*. Cornell: Ithaca and London.
- ELKINS, J. (2008). *Visual Literacy*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- ESTRADA, S. (2011). *Selected B Graphic Design from Europe: Graphic Design and New Media*. Barcelona: Index Book.
- FIDALGO, A. & GRADIM, A. (2004). *Manual de Semiótica*. Portugal: Universidade da Beira Interior.
- FLETCHER, A. (2001). *Scrapbook: The Art of Looking Sideways*. Londres: Phaidon.
- FLUSSER, V. (1998). *Ensaio sobre a Fotografia: para uma filosofia da técnica*. Lisboa: Relógio D'Água.
- *FOTOGRAFIA, ILUSTRAÇÕES E VÍDEO*. Consult. 10 Mai 2014, disponível em www.idealafixa.com.
- FREITAS-MAGALHÃES, A. (2013). *O código de Ekman: O cérebro, a face e a emoção*. Portugal, Porto: Feellab Science Books.
- FURTADO, J.A., & BARATA, A. (2006). *Mundos da fotografia: Orientação para a constituição de uma biblioteca básica*. Porto: Centro Português de Fotografia.
- GAGE, J. (2006). *Colour and Meaning: Art, Science and Symbolism*. Londres: Thames & Hudson.
- GERVEREAU, L. (2007). *Ver, compreender, analisar as imagens*. Lisboa: Edições 70.
- GOLDIN, N., ARMSTRONG, D., MORRISROE, M., PIERSON, J. & DICORCIA, P.L. (1998). *Emotions & Relations*. Colónia: Taschen.
- *GRAPHIC DESIGN*. Consult. 10 Mai 2014, disponível em <http://www.peopleofprint.com/>.
- *GRAPHIC DESIGN, VISUAL DESIGN AND PHOTOGRAPHY*. Consult. 12 Mar 2014, disponível em <http://pinterest.com>; <http://trendlist.org/> e www.behance.net.

- GRANDJEAN, E. (1998). *Manual de ergonomia: adaptando o trabalho ao Homem* (4ª ed). Porto Alegre: Bookman.
- HELLER, E. (2007). *A psicologia das cores: como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HELLER, S. & ILIĆ, M. (2012). *Stop, Think, Go, Do: How typography & graphic design influence behavior*. Massachusetts: Rockport.
- HOFFMAN, D.D. (1998). *Visual intelligence – How we create what we see*. Nova Iorque e Londres: W.W. Norton.
- INFOGRÁFICO DA PSICOLOGIA DAS CORES. Consult. 31 Abr 2014, disponível em <http://www.ticsnaeducacao.com.br/index.php?id=10828>.
- JEFFREY, I. (2008). *How to read a photograph*. Londres: Thames & Hudson.
- JOLY, M. (2003). *A imagem e a sua interpretação*. Lisboa: Edições 70.
- JOLY, M. (2005). *A imagem e os signos*. Lisboa: Edições 70.
- JOLY, M. (2007). *Introdução à Análise da Imagem* (1ª ed). Lisboa: Edições 70.
- KANT, I. (1998). *Crítica da Faculdade do Juízo*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- KOCH, R. (2013). *Uma exploração Visual da Narrativa Fantástica: As aventuras de João Sem Medo*. Lisboa: R.M.S. Koch. Relatório de projecto de Mestrado apresentado ao Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, Escola Superior de Design.
- KRAUSS, R. (2002). *O Fotográfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LANÇA, R. (2013). *Arte Contemporânea Pintada a Pixels: Interpretações fotográficas de obras plásticas*. Lisboa: A.R.G. Lança. Relatório de projecto de Mestrado apresentado ao Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, Escola Superior de Design.
- MARCOS, M.L., & CASCAIS, A.F., (Org.). (2004). Corpo, técnica, subjectividade: Cinquenta e oito indícios sobre o corpo. *Revista de Comunicação e Linguagens*, (33), 15-23.
- MARIEB, E.N., & HOEHN, K., (2009). *Anatomia e Fisiologia* (3ª ed). São Paulo: Artmed.
- MIRZOEFF, N. (1999). *An introduction to Visual Culture*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- MONTEIRO, M.M., & FERREIRA, P.T. (2009). *Psicologia: Ser Humano* (1ª ed). Porto: Porto Editora.

- MUNARI, B. (1968). *Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didáctica*. Lisboa: Edições 70.
- NANCY, J.L. (2004). *58 indícios sobre o corpo*, (33), 15-23.
- NORMAN, D.A. (2004). *Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things*. Nova Iorque: Basic Books.
- PAVEY, D. (2010). *Colour engrained in the mind: Character profiling that researches how to find excellence in everyone*. Londres: Roy Osborne Micro Academy.
- PERNIOLA, M. (1993). *Do sentir* (1ª ed). Lisboa: Presença.
- PETTINELLI, M. (2012). *The psychology of emotions, feelings and thoughts*. **MP**.
- *PHOTOGRAPHY*. Consult. 25 Fev 2014, disponível em www.obviousmag.or/en/.
- *PHOTOGRAPHY AND ESSAYS*. Consult. 20 Jul 2014, disponível em <http://triangletriangle.com/>.
- *PHOTOGRAPHY, DESIGN, GIFS AND ILLUSTRATION*. Consult. 12 Mar 2014, disponível em www.cargocollective.com.
- *PHOTOGRAPHY AND FILM*. Consult. 9 Set 2013, disponível em www.fubiz.net/en.
- PIGNATTI, T. (1981). *O desenho de Altamira a Picasso*. Milão: Arnolo Mondadori.
- MERLEAU-PONTY. (2009). *O Olho e o Espírito* (7ª ed). Lisboa: Vega.
- RAMPLEY, M. (Ed.) (2007). *Exploring visual culture: Definitions, Concepts, Contexts*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- RATO, M. (2013). *Picturing Music: 20 abordagens que relacionam cultura visual e música*. Lisboa: M.L. Rato. Relatório de projecto de Mestrado apresentado ao Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, Escola Superior de Design.
- REBELO, F. (2004). *Ergonomia no dia-a-dia* (1ª ed). Lisboa: Sílabo.
- RODRIGUEZ JR, R. (2012). *Beyond the lens: inside the art and craft of landscape photography*. Beacon, Nova Iorque: Robert Rodriguez Jr Photography.
- RODRIGUES, S.L. (2012). *Desenho, tipografia e publicidade: O caso do modernismo português*. Lisboa: S.L. Rodrigues. Dissertação de doutoramento apresentada à Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa.
- RUBINSTEIN, S.L. (1973 a). *Princípios de Psicologia Geral: Sensação e Percepção* (2ª ed). Lisboa: Estampa.
- RUBINSTEIN, S.L. (1973 b). *Princípios de Psicologia Geral: A memória, a imaginação, o pensamento* (2ª ed). Lisboa: Estampa.

- RUBINSTEIN, S.L. (1973 c). *Princípios de Psicologia Geral: A linguagem, a atenção, as emoções, a vontade* (2ª ed). Lisboa: Estampa.
- SARTRE, J.P. (2008). *Esboço para uma teoria das emoções*. Porto Alegre: L&PM Editores.
- SCHIRATO, T. & WEBB, J. (2004). *Reading the Visual*. Sidney: Allen & Unwin.
- SÉGUIER, J. (1955). *Dicionário Prático Ilustrado*. Porto: LELLO & IRMÃO EDITORES.
- SERÉN, M.C. (2002). *Metáforas do Sentir Fotográfico*. Porto: Centro Português de Fotografia.
- SERRA, A.V. (1985). *O cérebro e o espírito: Aspectos psicológicos das emoções*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- SILVEIRA, L.M. (s.d). *Introdução à teoria da cor*. Porto Alegre: Editora UTFPR.
- SONTAG, S. (2002). *On photography*. Londres: Penguin.
- SOULAGES, F. (2010). *Estética da fotografia: Perda e permanência*. São Paulo: SENAC.
- STEMER, F. (1996). *O poder das emoções: A descoberta da inteligência emocional*. São Paulo: Cultrix.
- STERNBERG, R.J., (2008). *Psicologia Cognitiva* (4ª ed). Porto Alegre: Artmed.
- STURKEN, M., & CARTWRIGHT, L. (2009). *Practices of looking: An introduction to visual culture* (2ª ed). Nova Iorque e Oxford: Oxford University Press.
- *TENDÊNCIAS FOTOGRÁFICAS*. Consult. 28 Nov 2013, disponível em www.wgsn.com.
- THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART (1983). *Leonardo DaVinci: Anatomic Drawings, from the royal library windsor castle*. Nova Iorque: The Metropolitan Museum of Art.
- TILGHMAN, B.R. (1970). *The expression of emotion in the visual arts: a philosophical inquiry*. Amesterdão: The Hague.
- TOKUJIN, Y. (2013). *Ray of Light*. Consult. 3 Mai 2014, disponível em <http://www.tokujin.com/en/art/artpiece/#galleryrayoflight%E2%80%82%E2%80%822013>.
- TORTORA, G.J., & DERRICKSON, B. (2007). *Corpo Humano: Fundamentos de anatomia e fisiologia* (8ª ed). São Paulo: Artmed.

- TRACHTENBERG, A. (Org.). (2013). *Ensaaios sobre fotografia: de Niépce a Krauss*. Lisboa: Orfeu Negro.
- VILAS-BOAS, A. (2009). *O estudo da cultura visual desportiva*. Porto: Multitema.
- VILAS-BOAS, A. (2010). *O que é a Cultura Visual*. Porto: Multitema.
- *VISUAL CULTURE*. Consult. 1 Jul 2014, disponível em www.thisiscolossal.com.
- *VISUAL DESIGN*. Consult. 7 Jul 2014, disponível em www.booooooom.com/.
- *VISUAL DESIGN AND GRAPHIC DESIGN*. Consult. 24 Mai 2014, disponível em <http://designspiration.net/popular/> e <http://leifpodhajsky.bigcartel.com/>.
- *VISUAL DESIGN AND PHOTOGRAPHY*. Consult. 1 Out 2013, disponível em http://www.design-dautore.com_.
- *VISUAL GIFS*. Consult. 3 Nov 2013, disponível em http://ffffound.com_.
- WALKER, J.A., & CHAPLIN, S. (1997). *Visual Culture: an introduction*. Nova Iorque: Manchester University Press.
- WALTER, R. (2001). *Big Color: Color, Brightness and Contrast*. Nova Iorque: Duncan Baird.
- WEBB, J. (2010). *Basics Creative Photography 01: Design Principles*. Lausanne: AVA.
- WENDERS, W. (1986). *Emotion Pictures*. Lisboa: Edições 70.

Este documento foi redigido segundo o antigo
Acordo Ortográfico.

Fontes Tipográficas usadas:

Texto e Legendas: *Times New Roman*.

Separadores: *Bodoni*.

